

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

KOOLINOORED AUTORINA INTERNETIKESKKONNAS

Bakalaureusetöö (4 AP)

Ketlin Beljajev
Juhendaja: Veronika Kalmus, PhD

Tartu
2006

SISUKORD

SISUKORD	2
SISSEJUHATUS	3
1. TEOREETILISED LÄHTEKOHAD	6
1.1. Uue meedia mõiste	6
1.2. Uue meedia tähtsus ühiskonnas	7
1.3. Internet ja noored	9
1.4. Autorlus ja toimetamine Internetis	10
1.5. Noored internetitekstide autorina	13
1.6. Uue meedia žanrid	14
1.7. Ülevaade varasemate uurimuste tulemustest	15
1.8. Ülevaade seminaritöö tulemustest	18
1.9. Uurimisküsimused	20
2. METOODIKA JA VALIM	21
2.1. Meetod	21
2.2. Valim	22
3. TULEMUSED	24
3.1. Õpilaste eelistused internetitegevuste osas	24
3.1.1. Internetitegevuste sagedus	27
3.2. Kasutaja-autorlusega internetitegevuste võrdlus sooliselt	31
3.3. Kasutaja-autorlusega internetitegevuste võrdlus vanuseliselt	36
3.4. Tegevustevahelised seosed	41
4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON	45
4.1. Vastused uurimisküsimustele	45
4.2. Meetodi kriitika	51
4.3. Võimalikud edasiarendused	52
KOKKUVÕTE	54
SUMMARY	56
KASUTATUD KIRJANDUS	58
LISAD	61
Lisa 1. Küsitluse „Õpilane ja meedia 2005“ meetoodika kirjeldus	61
Lisa 2. Küsitluse „Õpilane ja meedia 2005“ ankeet	63
Lisa 3. Tegevustevahelisi statistilisi seoseid näitavad korrelatsioonitabelid	73

SISSEJUHATUS

Elame nn infoühiskonnas, mistõttu on üha tähtsamaks muutunud infotehnoloogia roll igapäevaelus – arvatavasti ei kujutaks üks keskmine Eesti noor enda elu ilma arvuti, Interneti ja mobiiltelefonita enam ettegi. Samuti on kõikides Eestimaa koolides olemas arvuti kasutamise võimalus ja internetiühendus. Tehniliste arengute kõrval on sama oluline sisuline pool: kuidas noored Internetis erinevaid tekste loovad ja sisu kujundavad. Seega ei piisa ainult arvutist ja Internetist: kooliõpilastel on vaja uusi teadmisi ja oskusi, et kriitiliselt informatsiooni tarbida ning ise toota. Arvutikasutamise võimalused ja baasoskused on infotehnoloogilise kirjaoskuse eeltingimused (Tiigrihüppe SA 2004). Ligipääs uuele meediale on seotud mitte ainult tehnoloogiaga, vaid ka kultuurilise kapitaliga – oskuste ja pädevusega, mida on vaja, et kasutada seda tehnoloogiat loominguliselt ja produktiivselt (Buckingham 2003).

Nagu näitas Tiigrihüppe SA poolt korraldatud uurimus Tiiger Luubis 2004, on nelja aastaga õpilaste arvutikasutus väljaspool kooli kasvanud 15% võrra (2000. a 81% ja 2004. a 96%). Seevastu on koolis arvutit kasutanud õpilaste osa hoopis langenud 85%-lt 82-le. Samuti on arvuti ja Interneti kasutusaeg väljaspool kooli võrreldes nelja aasta taguse uuringuga kasvanud. Selgus, et internetikasutajate seas on vähenenud sooline diferents. Kõige enam ongi nelja aastaga muutunud tüdrukute hoiakud: mittekasutajate hulk on kahanenud 25%-lt 3%-le. 2004. aasta andmete põhjal veedab märgatavalt rohkem tütarlapsi (20%) pärast kooli arvuti seltsis üle 16 tunni nädalas. Samas on intensiivsete kasutajate grupis poiste ja tüdrukute erinevus endiselt suurim. Tüdrukutest istub pärast kooli arvuti taga üle 2,5 tunni päevas viiendik, poistest aga rohkem kui kolmandik (Tiigrihüppe SA 2004).

Seega kasutavad õpilased arvutit ja Interneti rohkem iseseisvalt koolivälisel ajal ja kulutavad sellele palju aega. See annab omakorda põhjust uurida, milliseid tekste noored Internetis loovad: kui palju kasutavad erinevaid uue meedia keskkondi enda väljendamiseks (blogid, kommenteerimine interentis, foorumid, noortelehed jne).

Linnamäe (2005) poolt läbi viidud intervjuust toonase Delfi Noorteka toimetaja Janar Kiivrimehega selgus, et külastajal peab olema võimalus endast märk maha jätta ja oma sõna sekka öelda, seda näiteks kommenteerimisvõimaluse näol. Seega pöörab noortele suunatud

lehekülg rõhku sellele, et kõik soovijad saaksid kaasa rääkida. Samal seisukohal on ka mitmed uuest meediast kõnelevad teoreetikud, kes peavad oluliseks vabadust Internetis sõna võtta. McQuaili (2003) järgi võib lugeda tõestatuks üldistuse lõdvenemise ja suurema iseseisvuse tendentsi, mis mõjutab eriti autoreid ja auditooriume. Suurema vabadusega peaks kaasnema ka suurem vastutus. Seega on uue meedia keskkonnas noorte kriitilise kirjaoskuse küsimus olulisem kui kunagi varem (Kellner 2002).

Käesolevas töös on vaatluse all, milliseid tegevusi õpilased Internetis eelistavad ja kui aktiivselt nad kasutavad erinevaid võimalusi, et veebis sisu luua ja seda täiendada. Teema kasvas välja seminaritööst „Autorlus ja toimetamine internetiportaalide noorterubriikides Delfi ja Hot näitel“. Enne seminaritöö valmimist lõpetas oma tegevuse Hot Noortekas, tuues põhjenduseks kasutajate vähesed huvi. Seega tekkis küsimus, milliseid loomingulisi tegevusi koolinoored Internetis harrastavad, kui nad ei kasuta enda väljendamiseks näiteks noortelehti. Sellele vastamiseks kasutab töö autor 2005. aasta sügisel TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna poolt läbi viidud ankeetküsitluse „Õpilane ja meedia 2005“ ühe küsimustebloki tulemusi, mille põhjal võrrelda sooliselt ja vanuseliselt erinevate loominguliste tegevuste harrastamise aktiivsust. Samuti on vaatluse all ülejäänud internetitoimingute (mis ei eelda kasutajalt millegi loomist) kasutamise aktiivsus ja sagedus, et võrrelda, kuidas on mingid tegevused omavahel seotud. Samuti see, kas õpilased eelistavad Internetis pigem loomingulisi tegevusi või teistsuguseid toiminguid.

Üheks oluliseks teoreetiliseks küsimuseks on autoripoolne vabadus uues meedias – kas toimetaja roll ja kontroll sisu üle on uue meedia keskkonnas säilinud või on see jäänud rohkem traditsioonilise meedia pärusmaaks. Näiteks on Eestis proovitud piirata kommenteerimisvabadust Internetis, sest kasutajad on neile antud sõnavabadust kuritarvitanud. Anonüümseks jäämine ei tähenda automaatselt seda, et kommenteerija võib endale kõike lubada. „Netis vihkamise levitajad ehk leimajad on vabaduse vaenlased, sest nende sõnavõttud rikuvad teiste inimeste õigusi. Halvimal juhul võib leimajate tegevus viia selleni, et paljud inimesed on vabatahtlikult valmis loobuma oma vabadusest ning nõustuvad netitsensuuriga, et vältida edasist leimamist“ (Leimivaba Interneti eest! 2006). Seega on oluline vaadata, kui suure osa õpilaste tegevusest Internetis moodustab näiteks kommenteerimine, kus on vabaduse kuritarvitamise tõttu appi võetud seadus ja tekkinud uus mõiste „leim“.

Tegemist on valdkonnaga, mida Eestis on vähe uuritud. See on ka põhjus, miks töö autor otsustas teha kaardistava uurimistöö: anda ülevaate teooriast, mis puudutab noori autoritena uue meedia keskkonnas, ning tõstatada olulisi küsimusi tulevasteks uurimistöödeks antud teemavaldkonnas.

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk on anda ülevaade erinevate uurimuste tulemustest, mis puudutavad noorte poolt loodud tekste Internetis. Kuna noorte osakaal internetikasutajadena on suur, siis sõltub ka sisu olulisel määral nende panusest: kui palju ja kuidas noored Internetis aega veedavad. Siinkohal on töö autori tähelepanu just tekstidel ja informatsioonil, mida noored Internetis avaldavad. Tulemused võivad mängida olulist rolli selles osas, kui tähtis on noortele õpetada uusi oskusi, et nad oleksid pädevad infosisetajad ja kriitilised vastuvõtjad uue meedia keskkonnas.

Bakalaureusetöö jaguneb viieks suuremaks peatükiks. Kõigepealt annab autor ülevaate teooriast, mis puudutab uut meediat üldiselt, selle mõju inimeste elukeskkonnale ja hariduse rolli muutumisele. Samuti on välja toodud erinevad vaatenurgad, mis kujutavad noori autoritena uue meedia keskkonnas ning vabaduse küsimust Internetis. Lisaks käsitletakse teooria osas kasutajaosalusega internetipõhiseid uue meedia kanaleid.

Järgmises peatükis on kirjeldatud meetodit ja valimit. Töö peamiseks empiiriliseks materjaliks on „Õpilane ja meedia 2005“ ankeetküsitluse tulemused selle kohta, milliseid kasutaja-autorlusega tegevusi ja kui palju õpilased Internetis harrastavad. Seejärel esitatakse tulemused võrdlevalt: kas õpilased eelistavad pigem aktiivseid või passiivseid toimingud, kes kasutavad aktiivsemalt erinevaid kasutaja-autorlusega tegevusi Internetis (poisid või tüdrukud, vanuseline võrdlus), kuidas on internetitegevused omavahel seotud. Järgmisena on töö autor keskendunud uuringu tulemuste põhjal järelduste tegemisele ning diskussioonile. Lõpuks on tulemuste kokkuvõtlik esitus.

1. TEOREETILISED LÄHTEKOHA

1.1. UUE MEEDIA MÕISTE

Uue meediat defineerides on teoreetikutel kaks peamist lähenemissuunda: tehnoloogiline või sotsiaalne. Liewrouw ja Livingstone (2002) väidavad, et vaieldamatult on enamasti uue meedia teooriaid keskendunud selle tehnoloogilistele iseärasustele. Ajakirjas *New Media & Society* ilmunud artikli (What's New about New Media? 1999) tulemused, kus esitati erinevatele uurijatele küsimusi, kuidas erineb uus meedia ülejäänust: tehnoloogiliselt või sotsiaalselt, vastas suur osa, et peamine erinevus seisneb kanali eripäras. Arvati ka, et iga tehnoloogia on mingil hetkel uus olnud. Teised jälle rõhutasid seda, et uued tehnoloogiad annavad kasutajatele enneolematu võime muuta ja kujundada sisu (Liewrouw & Livingstone 2002).

Uus meedia on informatsiooni ja kommunikatsiooni tehnoloogiad ja nendega seotud sotsiaalsed kontekstid, mis sisaldavad endas: seadmeid, mis võimaldavad meil kommunikeerida, kommunikatiivseid tegevusi või praktikaid, mida me teeme, et arendada neid seadmeid, ning sotsiaalseid meetmeid või organisatsioone, mis moodustuvad vahendite ja praktilise tegevuse ümber. Uue meedia tehnoloogiad vastastikusel seoses sotsiaalse, kultuurilise ja majandusliku ümbrusega: mõlemad kujundavad üksteise keskkonda (Liewrouw & Livingstone 2002).

Eesti uue meedia uurijate (Vengerfeldt & Runnel 2004) järgi on Internet kommunikatsiooniteaduslikult vaatepunktist erilaadsete kommunikatsioonikanalite mitmekülgne kogum ja multimediaalne publitseerimisvahend, mis võimaldab edastada või vahetada nii tekstilist, helilist kui ka pildilist infot. Autorite (Vengerfeldt ja Runnel 2004) arvates räägitakse tavakasutuses uuest meediast ennekõike kui arvutitest ja Internetist.

Traditsiooniliste meediumide (ajalehed, ajakirjad, raadio, televisioon) kõrval tuleb McQuaili (2003) teooria kohaselt uute meediumide võimalikust kujunemisest rääkides tunnustada Interneti (ja *World Wide Webi* – ülemaailmset arvutivõrku) kui tõsist kandidaati täieõiguslikuks omaette meediumiks. Samas, hoolimata sellest, et Interneti tõenäoliselt loetakse massimeediumiks, on selle levik piiratud ning funktsioonid pole veel selgelt määratletud.

Seega võib öelda, et uute tehnoloogiate puhul on oluline nii tehnoloogiline kui sisuline pool ja neid ei saa vaadata teineteisest sõltumatuna. Kuigi lähenemisnurgad võivad olla rohkem tehnoloogia- või kasutajakesksed, on lõppkokkuvõttes oluline see, et kasutaja mõjutab tehnoloogiat ning viimane kasutajat ja tema elukeskkonda.

1.2. UUE MEEDIA TÄHTSUS ÜHISKONNAS

„Enamus inimesi on nüüdseks teadlikud, et me elame ajaloo kõige dramaatilisemate tehnoloogiliste revolutsioonide keskel, mis muudab kõike: meie tööd, suhtlust ja vaba aega“ (Kellner 2002: 90).

Uus meedia ja tehnoloogiad on osa inimeste igapäevaelust ja need mõjutavad meie elukeskkonda alates kodust kuni erinevate eluvaldkondadeni välja (poliitika, majandus, kultuur). Kuna antud uurimustöös keskendub autor noortele, siis on lähemalt vaatluse all lisaks inimeste igapäevaelu muutustele see, kuidas mõjutab uus meedia kooliharidust. Seoses infoühiskonnaga on rõhutatud, et kasutajatele on vaja õpetada erilisi oskusi kasutamaks uut meediat loovalt ja produktiivselt. Seega on koolidel mängida tähtis roll, et noored oskaksid uue meedia kirjakeeli.

Kindel on see, et uue meedia levik on mõjutanud inimeste igapäevaelu ja toonud teistsuguseid meediavorme ja sisu. Livingstone (2002) pakkus välja neli motiivi, kuidas uus meedia osaleb sotsiaalse keskkonna muutmisel. Esiteks näeme me personaalse meedia omamise mitmekordistumist. Meediavahendite suurenemine majapidamistes on muutnud ruumi ja aja kasutamist. Sealjuures on pigem uudne sotsiaalse keskkonna muutumine kui tehnoloogiad ise (Livingstone 2002).

Teiseks on meedia mitmekesisistunud nii vormilt kui sisult. Kohe, kui midagi uut turule tuleb, täiustavad vanemad olemasolevaid tooteid ja vanem meedia läheb laste kasutusse (Livingstone 2002). Seega kasvab pidevalt ligipääs digitaalsele tehnoloogiale, mis Buckinghami (2003) sõnul tähendab seda, et lapsed saavad üsna noorelt toota kergesti multimeedia tekste.

Kolmandaks pakkus Livingstone (2002) välja, et mida rohkem tehnoloogiline nihe informatsiooniteenuste vorme lähendab (meedia, informatsiooni ja telekommunikatsiooni teenused on omavahel seotud), seda suurem on võimalus, et meedia aitab kaasa sotsiaalsete sidemete lähenemisele. See võib muuta ka traditsioonilisi võimusuhteid ja suurendada demokraatiat (nii perekonna sees kui kodanike osalusega).

Neljas ja kõige radikaalsem muutus on, et massikommunikatsioon liigub interaktiivse kommunikatsiooni poole meediumi ja kasutaja vahel. Tehnoloogiad, mis turule tulevad, panevad rõhku interaktiivsetele tegevustele nii meedia disaini kui kasutuse osas. Läbi kasutajate osaluse toetab uus meedia ka teistsuguseid meediavorme ja sisu, mis tekkida võivad (Livingstone 2002).

Kellneri (2002) järgi on inimeste elus kesksel kohal arvutid, informatsioon, kommunikatsioon ja multimeedia tehnoloogiad - seda on tihti tõlgendatud kui teadmistepõhist või infoühiskonda ja sellepärast mängib haridus kesksel rolli igas eluaspektis. See suurepärane muutus esitab tema (Kellner 2002) sõnul tohutult palju väljakutseid haritlastele, et mõelda ümber oma põhitõekspidamisi.

Kellneri (2002) argument on, et haridus peab edendama mitmeid uut tüüpi kirjaoskuseid. Tema arvates nõuavad uus globaalne majandus, kultuur ja poliitika osalevat ja aktiivset kodanikkonda. Kellneri kontseptsiooni järgi õpetab kriitiline meediakirjaoskus analüüsima meediakultuuri kui sotsiaalset produktsiooni ning õpilasi olema kriitiline meedia esitluste ja diskursuste suhtes, kuid rõhutab ka õppimise tähtsust ning meedia kasutamist kui eneseväljendamise ja sotsiaalse aktiivsuse viisi (Kellner 2002: 93).

Noored peaksid õppima arvutikirjakeele uusi vorme, mille oskamine võimaldaks aktiivselt osaleda kultuuri tootmises, alates avalike teemade aruteludes osalemisest kuni noorte enda kultuuriliste vormide loomiseni (Kellner 2002). Arvutikirjaoskus sisaldab arvutikasutamisoskust, ligipääsu informatsioonile ja harivatele materjalidele, e-maili kasutamist ja veebilehe ehitamise oskust. Samuti seda, kuidas lugeda hüpertekste, osaleda digitaalses ja interaktiivses multimeediakultuuris, mis ümbritseb kõike: tööd, haridust, poliitikat, kultuuri ja igapäevaelu. Laiendatud kontseptsiooni järgi sisaldab Kellneri arvutikirjakeele oskus tehnilisi oskusi: elementaarset trükkimisoskust, arvutiprogrammide

tundmist, ligipääsu infole ja tehnoloogiate kasutamist erinevatel eesmärkidel: alates isiklikust suhtlusest kuni enda oskusliku väljendamiseni poliitilisel debatil (Kellner 2002: 96).

Samuti räägib Buckingham (2003) seoses suuremate võimalustega autoriks saada meediaõpetuse tähtsusest koolis. Digitaalsete tehnoloogiate tulek on toonud uusi võimalusi ja väljakutseid meediaõpetajatele. Lisaks muudavad need tehnoloogiad meedia tootmise palju kättesaadavamaks õpilastele. Praegusel ajal on aga puudus kergelt ligipääsetavale toetusele ja nõule, mis võimaldaks noortel kasutada uut meediat kriitiliselt ja loovalt (Buckingham 2003).

Buckingham (2003) võrdleb traditsioonilist kirjaoskust digitaalse kirjaoskusega - nagu trükikirjaoskus sisaldab kirjutamis- ja lugemisoskust, peab digitaalne kirjaoskus sisaldama loomingulist tekstide tootmist uue meedia keskkonnas ning samuti nende kriitilist tarbimist.

Seega rõhutavad uuest meediast kõnelevad teoreetikud (Buckingham 2003; Kellner 2002), et seoses elukeskkonna muutumisega peaksid koolid õpetama noortele arvutikirjakeele oskust, mis võimaldaks neil internetikeskkonnas end väljendada. Samuti tähendab kasvav ligipääs digitaalsele tehnoloogiale kodudes seda, et lapsed saavad üha nooremalt Internetis tegutsema hakata. Sellest tulenevalt võiksid õppekavade koostajad mõelda, kuidas integreerida programmi ka uue meedia õpetust, mis sisaldaks endas pädevuste arendamis arvutikasutamisoskusest kuni selleni, et õpilased oleksid Internetis aktiivsed osalejad – loominguliselt produktiivsed ja poliitiliselt osavõtlikud (seoses uue meediaga rõhutatakse ka demokraatia arengut, sest lapsed saavad nüüd ise enda vajadustest rääkida).

1.3. INTERNET JA NOORED

Vihalemm (2006) märkis oma artiklis, et vanus on muutunud uueks ja väga tähtsaks faktoriks, mis mõjutab üldist meediakasutust. Ta tõi välja, et kõige noorem vanusegrupp (15-19 eluaastat) kasutab Interneti sagedamini kui järgmine vanusegrupp (20-29 eluaastat) ning teeb seda rohkematel eesmärkidel: meelelahutuseks, ajalehtede/ajakirjade lugemiseks, muusika kuulamiseks ning raadioprogrammide jälgimiseks, õppimiseks ja sõpradega suhtlemiseks. See trend viitab Vihalemma (2006) sõnul põhimõttelisele muutusele Eesti meediakasutuses: noorima vanusegrupi põhjal võime rääkida internetikesksest meediakeskkonnast, õigupoolest meedia koondumisest. Ainult noorimas vanusegrupis (15-19) saame täheldada seda, et

Internetist on saanud multifunktsionaalne kanal ning traditsioonilise meedia kasutus (eriti televiisori vaatamine) väheneb (Vihalemm 2006).

EMORi (2005) andmetel on internetimaailma enda jaoks avastanud erinevas vanuses inimesed, kuid kõige kiiremini kasvab interneti kasutajaskond just nooremaeliste seas. EMORi uuring, mis kajastab veebilehtede kasutamist kevadel 2005, näitas, et Eesti 6-74-aastastest elanikest kasutas internetti 54% ehk ca 648 000 inimest, aastaga tõusis kasutajate hulk umbes 27 000 inimese võrra. Noored vanuses 10-24 eluaastat on kõige aktiivsemad internetikasutajad, kellest 2005. aasta kevadel kasutas Internetti 91% sihtrühmast. Kui võrrelda teiste vanuserühmadega, siis nende seas oli aktiivseid kasutajaid tunduvalt vähem. Näiteks järgnevad 25-34-aastased inimesed, kellest kasutab Internetti 71%. Kõige vähemaktiivne on aga vanuserühm 50-74 eluaastat, kelle seas on internetikasutajaid ligi 20% (Emor 2005).

Vanusegrupis 6-14 eluaastat olid kõige külastatumad leheküljed märts kuni mai 2005 EMORi (2005) järgi Neti.ee (39 000 noort päevas), Rate.ee (35 000 noort päevas), Hot.ee (sh. Hot.ee, Hot Lastekas, Hot Noortekas) 25 000 noort päevas, Delfi (sh. Delfi, Delfi vene k, Delfi Täheke, Noortekas@Delfi) 21 000 noort päevas. Huvitav on siinjuures see, et käesoleva töö autor uuris seminaritöös autorlust ja toimetamist Delfi ja Hot Noortekas ning viimane lõpetas oma tegevuse 2006. aasta alguses kasutajate vähese huvi tõttu. Seega ei pruugi portaali külastatavust näitavad arvud tähendada seda, et kasutajad erinevaid kitsamale sihtgrupile mõeldud rubriike külastavad (noored noorteleviit jne).

Antud töös on autor keskendunud noorte internetikasutusele, sest mitmed teoreetikud räägivad Internetist seoses noorte kasutajatega. Tapscotti (1998) määratluse järgi kuuluvad netipõlvkonda isikud, kes jäid 1999. aastal vanusevahemikku 2-22 eluaastat. Eelnevatest põlvkondadest erineb netipõlvkond selle poolest, et need noored kasvavad üles keskkonnas, kus neid ümbritseb digitaalne meedia (Tapscott 1998).

Rice (2002) toob Tapscotti netipõlvkonna määratlusest välja, et see koosneb noortest, kes vaatavad vähem televiisorit, on võimelised suhtlema e-maili vahendusel, arendama veebilehti ja alustama äri: nad oskavad internetti enda kasuks tööle panna. Rice rõhutab Tapscotti käsitluses eriti seda, et netipõlvkond ei raiska internetis aega, vaid see on aktiivne ajakasutus: nad loevad, uurivad, õpivad probleeme lahendama ja oma mõtteid looma.

Lisaks tõstab Rice (2002) Tapscotti teooriast esile, et netipõlvkond kasutab Interneti eeliseid, et mängida, õppida tundma oma maailma, proovida erinevaid identiteete, väljendada ennast personaalsete veebilehtede kaudu, arendada suhteid sõprade ja perekonnaga ning muutuda sotsialiseerituks. Loetletud tegevused on keskendunud meediumi interaktiivsele kasutusele ja suhtlusele teistega, vastandina traditsioonilise massimeedia passiivsele kasutusele, aga ka uue meedia puhul on kesksel kohal tekstipõhine meedium, mis soodustab kirjalikke väljendusviise.

1.4. AUTORLUS JA TOIMETAMINE INTERNETIS

Teoreetikud omavad uue meedia suhtes erinevaid seisukohti. Ühed leiavad, et kasutaja vabadusi piirab institutsioonide kontroll, teised aga näevad Interneti kui kasutajate võimalust vabaneda igasuguse kontrolli alt. McQuaili (2003) järgi erineb uus meedia traditsioonilisest, kuna seal on kasutajatel rohkem võimalusi autoriks saada, samas toimub regulatsioon, mida pidevalt suurendatakse. Seega pole uue meedia vabaduse küsimus veel päris selge.

„Täpsemalt saab üldisi erinevusi uue ja vana meedia vahel hinnata, arvestades traditsioonilist meediainstitutsiooni iseloomustavaid põhilisi rolle ja suhteid, eriti neid, mis tegelevad autorluse ja esitusega, avaldamisega, tootmise ja levitamisega ning vastuvõtuga“ (McQuail 2003: 107). Seega on uue meedia juures oluline küsimus autorlus ja toimetamine, mis eristab seda traditsioonilisest meediast ja samas pole interneti vabaduses veel selgusele jõutud.

Uued meediumid pakuvad alternatiivseid avaldamisvorme, aga rolli põhiolemus ei muutu - väravavalve, toimetuse sekkumise ja autorsuse tõendamise funktsioonid säilivad ning neid vajatakse vormide ülekülluse ja mitmekesisuse tõttu ka edaspidi (McQuail 2003). Vaatamata traditsioonilisele meediale omase väravavahi rolli säilimisele Internetis, on autoritel ja lugejatel siiski vabamad võimalused kaasa rääkimiseks. Samas pole küsimused uue meedia vabaduse kohta veel selged ja vabaduse regulatsiooni suurendatakse pidevalt. „Mõneski mõttes uue meedia vabadus suureneb, kuna laienemine toimub kiiremini kui reguleerimine, kuid juba astutakse samme, toomaks uut meediat õiguse, regulatsiooni ja tugevama ühiskondliku kontrolli mõjualasse, samuti suurendamaks seotust korporatiivsete meediaorganisatsioonidega“ (McQuail 2003: 112).

Võrreldes enamiku teiste meediumidega jääb Internet vabaks ja reguleerimatuks, kuid siiski on märgata selgeid tendentse Interneti vabaduse piiramiseks (näiteks USA 1996. a kommunikatsiooniseadus). „Kuna Internet on järjest enam muutunud laia levikuga ja suure potentsiaaliga massimeediumiks, mis jõuab tarbijaturu olulise segmendini, ollakse valmis regulatsiooni ja juhtimisse järjest enam investeerima“ (McQuail 2003: 123). Sama näitab ka olukord Eesti ühiskonnas, kus arutletakse Delfi seaduse eelnõu üle, millega vaenu õhutavaid netikommentaatoreid piirata ja karistada. Esimese sammu tegi aga Eesti Päevaleht, mille toimetuse kaotas oma *online*-versioonist anonüümsed kommentaarid.

Ka Kressi teooria järgi ei tähenda tehnilised võimalused tekstide avaldamiseks kontrolli täielikku kadumist. Küll aga näeb Kress autoriteedi nõrgenemist ja tüüpilise väravavahi rolli kadumist. Uued kommunikatsioonitehnoloogiad võimaldavad neil, kellel on ligipääs, saada autoriks – toota tekste, muuta neid, kirjutada ja vastata kirjutistele. Kui varem pidi autor vastama teatud nõuetele, siis nüüd puudub väravavalve autorite üle. Seega on autoriks saamise võimaluse iseloomustamiste osas on Kressi teooria sarnane McQuaili omaga, aga autorite järelevalve poolest peab Kress uut meediat vähemreguleerituks, mis toob kaasa autorite ja tekstide nõrgenemise.

Tapscotti (1998) arvates on uus meedia interaktiivne, paindlik ja sel puudub keskne kontroll, toimub revolutsiooniline muutus hoiakutes ja sotsiaalses struktuuris. Vastutus netipõlvkonna ees on anda neile tööriistad ja võimalus, et nad saaksid täita oma eesmärgid. Tapscott peab netipõlvkonda kriitilisemaks: noored esitavad väljakutse „aegunud“ seisukohtadele. Tapscotti teooria räägib netipõlvkonnast kui maailmamutjatest, kellel on tegutsemiseks vaja vabadust. Seega suhtub Tapscott internetivabadusse julgemalt kui teised teoreetikud, kes leiavad, et sisu üle on siiski kontrolli vaja.

Visionääride nägemust, mille järgi info passiivsed tarbijad muutuvad uue meedia keskkonnas info aktiivseteks tootjateks, on Eesti meedias kritiseerinud Priit Pullerits (2005). Tema sõnul tähistaks see, kui infoäris haaravad jämeda otsa veebipõhised nišiüllitised, suurt sammu enesekeskse maailma suunas. „Olukorra muudab eriti dramaatiliseks asjaolu, et säärane ühiskonda hävitav mina-kesksus on pärikarva just noortele, pealekasvavale netipõlvkonnale“ (Pullerits 2005). Ajakirjaniku sõnul hakkavad noored nii tarbima ainult seda, mis neid huvitab ja muutuvad seeläbi kitsarinnalisteks asjatundjateks, lävivad ainult omasugustega ja pole debatti.

1.5. NOORED INTERNETITEKSTIDE AUTORINA

Uue meediaga kaasneva sõnavabadusega seoses on räägitud demokraatia arengust, sest nüüd saavad ka noored ja lapsed ennast vabamalt väljendada ning vanemad ei pea rääkima nende eest. Kellneri (2002) sõnul on kommunikatsiooni tehnoloogiad muutunud üha ligipääsetavamaks noortele, mida saab kasutada hariduse edendamiseks ja demokraatlikuks eneseväljendamiseks. Teoreetiku arvates peaksime tunnustama noorte panust Internetti, mida nad on uue meedia keskkonda investeerinud, sest on kasvanud üles küberkultuuris ning varasest peale oma tehnilisi oskusi arendanud (Kellner 2002).

Noored muutuvad pigem aktiivseteks tootjateks, ega ole enam passiivsed tarbijad. Nad on võimelised avaldama oma muresid ja pakkuma positiivseid alternatiive domineerivatele meediakujutistele (Buckingham 2003). Livingstone (2002) märkis, et laste hääled on hakanud avalikkuses kuuldavamaks muutuma. Noored on kaua olnud poliitika subjektid, nende jaoks on kujundatud poliitikat, et kaitsta lapsi võimalike ohtude eest. See traditsioon on nüüd muutumas, et tunnustada noorte õigusi.

Näitena tõi Livingstone (2002) rahvusvaheliselt tunnustatud laste televisiooni eriõiguse (*Children's Television Charter*), mis määratleb lisaks keeldudele (nt kajastada seksi ja vägivalda) ka selle, et laste programmis peaksid olema kõrgkvaliteedilised saated, mis on tehtud spetsiaalselt neile. Saated peaksid noori vaatajaid arendama, mille kaudu nad saaksid kuulda, näha ja väljendada enda kogemusi, et saada selgust oma kohast ühiskonnas. Kui tuua paralleele uue meediaga, siis on Internetis samuti spetsiaalsed kanalid noortele, mille kaudu nad ennast väljendada saavad. Oluline on võimalus seda teha, mis varem puudus.

Teoreetikud Andrew Burn ja Julian Sefton-Green leiavad, et digitaalne tootmine on osaliselt meediatarbivate voli, pakkudes demokraatlikku ligipääsu erinevate meediavormide produktsioonile (Buckingham 2003). Digitaalne tehnoloogia võimaldab õpilastel saada autoriteks ja hajutab kindlaksmääratud erinevused (Buckingham 2003).

Buckinghami (2003) väitel kindlustab Internet, või võib tulevikus kindlustada, suuremad võimalused, et noorte inimeste töö leiab laiemat auditooriumi. Praegu on tehniline potentsiaal

kaugel oma täielikust realiseerimisest, kuigi tulevikus pakub Internet tõenäoliselt mitmeid uusi võimalusi kuulajaskonnaga vastastikuse dialoogi tekkimiseks. Livingstone (2002) märgib, et lapsed ja noored on sellises eluetapis, kus nad on enim motiveeritud ehitama oma identiteeti, moodustama uusi sotsiaalseid rühmitusi ja looma alternatiive antud kultuurilistele tähendustele. Kõige selle juures mängib meedia kesket osa.

Teoreetikud, kes uuest meediast kirjutavad, on ühisel seisukohal, et Internet on andnud hulgaliselt uusi võimalusi saada autoriks, aga samas pole jõutud selgusele Interneti vabaduse ulatuses. Uue meedia teooriad käsitlevad ka muutusi inimeste elus, mis Internet endaga kaasa toob. Mitte ainult Internet ei muuda inimeste igapäevaelu, vaid kasutajad loovad ka ise uusi keskkondi ja meediasisu.

1.6. UUE MEEDIA ŽANRID

Koos rohkemate võimalustega autoriks saada on Internetis tekkinud ka uued meediažanrid, mille tunnusteks on kasutajaosalus ja interaktiivsus. See tähendab, et auditooriumil on palju erinevaid võimalusi kaasa rääkimiseks: arutleda erinevatel teemadel foorumites, pidada isiklikku veebipäevikut ehk blogi, kommenteerida, noored võivad kirjutada artikleid ja avaldada arvamust portaalide noortelisades. Järgnevalt vaatleb töö autor lähemalt erinevaid kasutajaosalusega internetipõhiseid uue meedia kanaleid.

Meikle (2002) kirjeldab uue meedia keskkonnas üha rohkem kasutust leidvat mudelit IMC (*Independent Media Centre*), mis tähendab iseseisvat meedia keskust. Selle aluseks on Meikle (2002: 89) järgi veebileht, mis automaatselt avaldab kasutajate poolt lisatavaid tekste, fotosid, graafikat, videoklippe ja audiofaile. IMC andmebaas uuendab pidevalt lehekülge ja muudab viimase sissekande juhtivaks elemendiks. Avatud publitseerimine on IMC võtmeidee: puuduvad reporterid ja toimetajad, sisu loovad need, kes tahavad. Näiteks rakendati seda mudelit Sydney olümpiamängudel 2000. aastal, mille taga oli Gabrielle Kuiper, kes ütles, et kui sa lood sellise ruumi, kus inimesed saavad olla intelligentsed, loovad ja suure kujutlusvõimega, siis seda nad ka on (Meikle 2002: 108).

Interneti ilmunisega on alanud mitmesuunalise digitaalse kommunikatsiooni ajastu, kus auditoorium on kogu protsesside integraalne osa. Vengerfeldt ja Runnel (2004) kirjeldavad

toimuvaid muutusi märksõnaga *we-media*, mida iseloomustab auditooriumi kesksus kogu meediaprotsessis tervikuna. Tavapärasele massimeediale seni harjumuspärasest situatsiooni muudab Interneti ilmumine eriti just sellega, et vastuvõtukeskne auditoorium osaleb nüüd aktiivselt sõnumite loomises. Uue meedia žanrideks on näiteks foorumid, kasutaja-autorlusega lahendused, *peer-to-peer* lahendused, portaaliid ja blogiajakirjandus (Vengerfeldt ja Runnel 2004).

„Muuhulgas tõi Interneti ilmumine kaasa traditsioonilise meedia ning erinevate infohaldamisvõtete sümbioosi, mille üheks väljundiks on internetiväravad ehk portaaliid“ (Vengerfeldt ja Runnel 2004: 240). Portaali osaks võivad olla uudised, küsitlused, mängud, foorumid, registreeritud kasutajale pakutav e-maili teenus jms. Eesti suurimad portaaliid pole aga suunatud kindlale kitsale sihtrühmale, vaid enamasti on teemakataloogide kaudu püütud hõlmata potentsiaalselt võimalikult laia kasutajaskonda koolilapsest perenaiseni (Vengerfeldt ja Runnel 2004).

1.7. ÜLEVAADE VARASEMATE UURIMUSTE TULEMUSTEST

Jyväskylä ülikooli kommunikatsiooniteadlaste poolt (Hujanen & Pietikinen 2004) ajakirjas *New Media & Society* ilmunud teadusartikkel keskendus uue meedia arenguga kaasnevatele muutustele noorte soomlaste meediakasutuses. Uuring viidi läbi noorte seas (enamasti õpilased, kes elavad koos vanematega), kuna teadlaste (Hujanen & Pietikinen 2004) väitel on just noored kõige entusiastlikumad uue meedia võimaluste kasutuselevõtu suhtes. Nad leidsid ka, et Soome sobib uuringu läbiviimiseks, sest seda peetakse digitaalühiskonna näidiseks: enamikul soomlastest on juurdepääs Internetile, rääkimata mobiilsidest. Samuti on tähelepanuväärne asjaolu, et koguni 85% Soome noortest loeb ajalehti iga päev.

Uuringumaterjali kogumine toimus juba 1999. aastal, mil küsitlusankeedi täitis 700 õpilast ning 11-ga neist tehti 2001. aastal süvaintervjuid. Seega ei pruugi tulemused tänapäeva olukorda kõige adekvaatsemalt kirjeldada.

Uuringutulemustest selgus, et kuigi noortel soomlastel on uue meedia tehnoloogiatele kerge ligi pääseda, tarbivad nad meediat peamiselt televisiooni ja ajalehtede kaudu. Vaatamata sellele, et enamus (85%) noortest jälgib regulaarselt uudiseid, oli neist vaid 1/5 kasutanud

võimalust meedialoomises kaasa rääkida. Kusjuures see tegevus oli populaarsem tüdrukute seas – 25% 17-19-aastastest ja 22% 13-15-aastastest tüdrukutest oli meediaga kontakteerunud (kirjutanud mõnda väljaandesse, avaldanud oma arvamust jne). Samal ajal kui vaid 15% vanematest ning 10% noorematest poistest oli seda võimalust kasutanud. Kui võrrelda Eesti noortega, siis siin liigub trend selles suunas, et 15-19 aastaste seas väheneb traditsioonilise meedia kasutus ja kasvab Interneti kasutus (Vihalemm 2006).

Uuringutulemused näitasid, et peamiselt osalesid Soome noored meedias ja avaldasid oma arvamust erinevate küsitluste kaudu. 14% vastanutest oli saatnud toimetusele kirja ning sel moel meedias sõna võtnud. Kuigi see tegevus oli seotud kooliga ning õpilased kirjutasid, kuna õpetajad seda nõudsid. Samas ei pidanud vastanud õpilased oluliseks, et nende arvamus lehes avaldataks (Hujanen & Pietikinen 2004).

Nagu selgus, arutavad Soome noored omavahel küll aktuaalsete teemade üle, aga leiavad, et uudiste kommenteerimine uue meedia keskkonnas muudab asjad segaseks. Noorte arvates peaksid sõna võtma need, kes on teemaga kursis ja kellele ajakirjanikud sõna annavad. Nad ei pea ennast piisavalt autoriteetseks, et Internetis kommenteerida, vaid 11% vastanutest oli seda teinud. Samuti ei leidnud noored, et nad peaksid kuidagi ajakirjandust mõjutama - andma vihjeid või esitama küsimusi uuteks lugudeks (Hujanen & Pietikinen 2004).

Seega olid need uuringutulemused üllatavad, sest noored tunnistasid küll uute tehnoloogiate potentsiaali, aga väga vähesed kasutasid ajakirjanduses kaasa rääkimiseks uue meedia võimalusi. Samuti tekitas põhjanaabrite uurimus küsimusi, kuidas Eesti noored tänapäeval, mil peaaegu kõigil on kodus internetiühendus ja taskus mobiiltelefon, uusi tehnoloogiaid enda arvamuse avaldamiseks kasutavad.

Inglismaa noorte internetikasutusest andis ülevaate projekt *UK Children Go Online* (UKCGO), mille tulemustest valmis lõplik raport 2005. aastal (Livingstone & Bober 2005). Tegemist on uuringuga, kus viidi läbi intervjuusid 9-19-aastaste noortega (kokku 1511) ning 906 lapsevanemaga. Andmete kogumine toimus 2004. aasta alguses, seega on tegu küllaltki värskel uurimusega, mille põhjal on ilmunud ka mitmeid artikleid. Uuring otsis muuhulgas ka vastust, kuidas Internet julgustab noori olema loovad, interaktiivsed ja poliitiliselt aktiivsed kodanikud. Enamus Inglismaa noortest kasutab Interneti vähemalt korra nädalas (84%), 3% vastanutest on mittekasutajad ning ülejäänud kasutavad harvem (Livingstone & Bober 2005).

Inglismaa noored eelistavad kommunikatsioonivahenditest mobiili ja SMS-e elektronkirjadele ja kiirteadete saatmisele - 95% kasutab mobiili. Kasutaja-osalusega internetitegevustest on 44% 9-19-aastastest internetikülastajatest täitnud veebiküsimustikku (rohkem tüdrukud kui poisid), 25% on saatnud e-maili veebilehele (rohkem vanemad vastajad), 22% on hääletanud mingis küsimuses (rohkem vanemad vastajad), 17% noortest on saatnud pilte või lugusid veebilehele (väiksemad lapsed), 17% on teinud kaastööd teadetetahvli jaoks. 9% noortest on andnud teistele Interneti vahendusel nõu (rohkem vanemad vastajad), 70% mängib *online*-mänge, 40% otsib tooteid *online*-poodidest. Kuna mitmed tegevused kattuvad „Õpilane ja meedia 2005“ küsitluses välja pakutud tegevustega, saab neid edaspidi võrrelda Eesti noorte eelistustega.

UK Children Go Online projekt näitas, et noored inimesed kasutavad Interneti erinevateks aktiivseteks tegevusteks, mida võib vaadata kui osalevaid tegevusi (sh ka suhtlustegevused), *peer-to-peer* ühendusi, informatsiooni otsingud, interaktiivseid tegevusi, veeilehe sisu loomist ning poliitiliste lehekülgede külastamist (Livingstone et al. 2004). Need tulemused viitavad artikli autorite sõnul sellele, et interaktiivne ja loominguline kasutus sõltub Interneti kasutamise kogemustest (huvi selle vastu, oskused, usaldus jne), aga poliitiliste lehekülgede külastamine sõltub rohkem demograafilistest faktoritest (rohkem külastavad neid natuke vanemad keskklassi tüdrukud).

UKCGO uurimuse tulemustest selgus, 12-19-aastaste seas, kes kasutavad Interneti nädalas vähemalt korra, on e-mail kõige populaarsem *online*-kommunikatsiooni vorm, millega tegeleb 83% tüdrukutest ja 77% poistest. Aktiivsemad meilide saatjad on 12-15-aastased (89%), 16-19-aastastest saadab elektronkirju 72%. Pooled vastanutest tegelevad ka muusika allalaadimisega, rohkem poisid (57%) kui tüdrukud (45%). Informatsiooni otsimine on Internetis universaalne tegevus, mida kasutavad peaaegu kõik noored. Ligi 40% teeb oma kodulehekülge, selle tegevuse juures on samuti noormehed (47%) aktiivsemad kui neiud (30%). Veebilehe loomisega tegelevad rohkem vanemad vanuserühmad (Livingstone et al. 2004).

Uurimused näitavad, et poiste ja tüdrukute internetikasutuses on olulised erinevused. Seda toetab ka Taani uuring noortest uue meedia maastikul, mille autoriks on Brigitte Tufte (Mazzarella 2005). Tufte 2003. a uurimuse järgi sarnanevad need soolised erinevused „prima

sõbra kultuuriga“, kus tüdrukud on harjunud tegutsema. Nimelt selgus, et poisid mängivad tüdrukutest rohkem arvutimänge, samal ajal kui tüdrukud kasutavad Interneti vestluseks (Mazzarella 2005).

1.8. ÜLEVAADE SEMINARITÖÖ TULEMUSTEST

Seminaritöös keskendus käesoleva töö autor (Beljajev 2006) autorlusele ja toimetamisele portaali noorterubriikides Delfi ja Hot noortelehtede näitel. Hot Noortekas lõpetas tegevuse kasutajate vähesel huvi tõttu vahetult enne seminaritöö valmimist 2006. aasta jaanuaris. See tekitas omakorda küsimuse bakalaureusetöö jaoks – milliseid tegevusi noored Internetis eelistavad, kas neid, mis eeldavad ise kirjutamist, või pigem selliseid, mis võimaldavad kooliealistel kasutajatel olla passiivsed tarbijad.

Seminaritöö eesmärk oli anda ülevaade sellest, millised võimalused on noortel internetiportalide noorterubriikides oma tekste avaldada ja kuidas nad loovad meediasisu. Meetodina kasutati kvantitatiivset ja kvalitatiivset kontentanalüüsi ja intervjuusid Delfi Noorteka toimetaja ning kolme autoriga. Sisuanalüüs võimaldas kahe portaali noortelehti võrrelda (kuidas noored kirjutavad: millistel teemadel sõna võtavad ja millise tooniga nad seda teevad), intervjuude kaudu sai aga töö autor ülevaate noorteportaali praktilisest toimimisest: kes sinna kirjutavad, milline roll on toimetajal, millised reeglid on seatud avaldatavatele tekstidele jne.

Autor otsis vastust järgmistele uurimisküsimustele:

- Kes kirjutavad internetiportalide noorterubriikidesse?

Nagu selgus, on kõikidel noortel võimalus Internetis autoriks saada, kui endal piisavalt huvi ja pealehakkamist. Siinjuures on oluline see, et autoril ei pea olema erilisi oskusi või spetsiifilisi teadmisi selle teema kohta, millest ta kirjutab. Intervjuudest Delfi autoritega ilmnas, et kõik vastajad on kirjutanud või kirjutavad lisaks Delfi Noortekale ka teistesse väljaannetesse. Kuigi kaks autorit kolmest pole kunagi kokku puutunud meediaõpetusega, kasutavad nad aktiivselt erinevaid võimalusi kaasaraakimiseks. Seega sõltub autoriks saamine nii internetikeskkonnas kui traditsioonilises meedias pigem inimesest endast (Beljajev 2006).

Nii sisuanalüüsi kui intervjuude põhjal selgus, et valdavalt kirjutasid internetiportaalide noorterubriikidesse naissoost isikud (Delfi püsiautoritest 5 naissoost ja 2 meessoost; Hot noortelehel 22 autorit 28-st naissoost, 2 meessoost ning nelja kirjutaja sugu polnud võimalik määrata). Sõnavõtjate vanus jäi Delfi Noortekas vahemikku 14-22 eluaastat (toimetaja andmetel) ja Hot noortelehel olid kirjutajad kontentanalüüsi põhjal vanuses 12-21-aastased. Autorid esinesid enamasti varjunime või initsiaalidega, harvem ees- ja perekonnanimega. Kuigi kirjutajad tuginesid oma tekstides peaaegu alati (välja arvatud üks Delfi tekst, kus autor refereeris teist artiklit) enda arvamustele/kogemustele, avaldasid nad vähe isikuandmeid, mille kaudu nad auditooriumile identifitseeritavad oleksid (Beljajev 2006).

- Milline roll on internetiportaalide noorterubriikide toimetajatel?

Nagu selgu intervjuust Delfi toimetajaga, kuuluvad tema tööülesannete hulka kaasautoritega suhtlemine, nende saadetud tekstide toimetamine ja üles panemine, noortelehe foorumi ja kommentaaride jälgimine: et väga koledaid asju ei kirjutataks. Intervjueeritud kaasautorid tõid välja kaks erinevat põhjendust, miks on noortelehe toimetaja oluline: kindla toimetajaga jõuab noortelisa rohkem areneda ning lugejatel on vajalik näha grammatiliselt korrektseid artikleid (Beljajev 2006).

- Millised reeglid (nii sisu kui õigekirja osas) on seatud avaldatavatele tekstidele?

Delfi toimetaja sõnul on avaldatavatele tekstidele seatud reeglid nii sisu kui õigekirja osas. Ta jälgib lisaks keelekasutusele ka teema käsituslaadi. Kui see peaks seadusega vastuollu minema, on sisult segane/mittemidagiütlev, jätab toimetaja teksti avaldamata. Hot noortelehel olid välja toodud tingimused, et toimetusele saadetav tekst ei tohi olla liiga lühike ja sisaldada roppusi. Seega on mõlemal juhul seatud avaldatavatele tekstidele teatud normid, mida peavad jälgima nii autorid kui toimetajad (Beljajev 2006).

- Millistel teemadel noored sõna võtavad?

Teemade puhul ilmnes see, et mõlemal noortelehel olid sarnased valdkonnad, millest kõige rohkem kirjutati. Kui moodustada populaarsemate teemade esikolmik, siis tulevad nad võrreldavate noortelehtede puhul samad: Suhted (Delfi 6 lugu 28-st; Hot 14 lugu 28-st), isiksuseomadused (Delfi 6; Hot 3), tervis (Delfi 3; Hot 4). Kuna Hot noortelehel olid pooled lood suheteteemal, siis Delfi noortekas ilmunud artiklid käsitlesid rohkem erinevaid valdkondi. Lisaks teemade mitmekesisusele erines ka nende käsituslaad ja toon. Kui Hot noorteka kirjutised olid autorikesksed, siis Delfi artiklites käsitleti probleeme laiemalt ja tihti

kriitilise tooniga. Delfi kaasautorite tekstid täitsid teistsuguseid eesmärgi. Ka intervjuudest tuli välja, et Delfi Noorteka püsiautorid kirjutavad, kuna neil on teistele noortele midagi öelda. Seevastu Hot noortelehel sõnavõtjad ootasid, et toimetust ja lugejad neile midagi ütleksid (autorid rääkisid oma isiklikest probleemidest ja ootasid nõu) (Beljajev 2006).

Tehnoloogilised olud on muutunud lihtsaks igasuguse materjali levitamise ja avaldamise, kuigi ka Internetis on säilinud kontroll. Olenevalt portaali iseärasustest, võivad kontrollijateks olla moderaatorid (nt foorumites), toimetajad (nt uudisteportaalid) jt. Nende tekstide taga, mis auditooriumini jõuavad, on inimesed. Tehnoloogia loob vaid tingimused, kasutajad loovad sisu (Beljajev 2006).

1.9. UURIMISKÜSIMUSED

1. Kas noored on Internetis rohkem passiivsed tarbijad või toodavad aktiivselt ka ise sisu? Esimese uurimisküsimusega otsitakse vastust küsimusele, milliseid tegevusi noored Internetis eelistavad: kas pigem praktilise väärtusega toiminguid, või selliseid, mis eeldavad ka nende aktiivsemat osalust autorina.
2. Kuidas erinevad poiste ja tüdrukute kasutaja-autorlust nõudvad avalikud ja privaatsed tegevused uue meedia keskkonnas? Selle küsimuse all võrdleb töö autor sooliselt aktiivseid tegevusi Internetis, mis nõuavad kasutajapoolset panust sisusse, ehk nii avalikke kui privaatsed autorlust nõudvaid tegevusi.
3. Kuidas mõjutab vanus noorte eelistusi kasutajapoolset sekkumist nõudvate tegevuste osas Internetis? Selle küsimuse all võrdleb töö autor vanuselisel aktiivseid tegevusi Internetis, mis nõuavad kasutajapoolset panust sisusse, ehk nii avalikke kui privaatsed autorlust nõudvaid tegevusi.
4. Missugused tegevused on omavahel seotud? Antud uurimisküsimusega otsitakse vastust, kuidas on teatud tegevused ja toimingud Internetis omavahel seotud.

2. METOODIKA JA VALIM

2.1. MEETOD

Käesoleva bakalaureusetöö peamiseks empiiriliseks materjaliks on 2005. aasta sügisel TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna poolt läbi viidud uurimuse „Õpilane ja meedia 2005“ tulemused. Töö autor võtab kokku vastused küsimusteblokile, mis uurib koolinoorte tegevusi Internetis ja nende sagedusi (küsimus „Mida ja kui sageli Sa teed Internetis?“, kus sagedusskaalal olid võimalikud variandid üldse mitte, kord nädalas või harvem, kaks-kolm korda nädalas või praktiliselt iga päev; vt Lisa 2).

Võrgustikke, milles lõppkasutaja osaleb projekti käigushoidmises oma ressursidega (nt jagab faile, kulutab sellele oma aega või rakendab selle käigushoidmiseks tehnilisi oskusi), ja mis sõltuvad lõppkasutaja panusest, on hakatud nimetama *peer-to-peer* tehnoloogiateks. Nende püsimine sõltub lõppkasutajate ühisest panusest. Tehnoloogilisest lahendusest endast on siin kontekstis olulisem nende lahenduste sotsiaalne potentsiaal – *peer-to-peer* tehnoloogiate puhul on meediasisu kontroll ja valik erineval määral ja erinevates vormides tavakasutajate käes. Lugeja või tarbija võib ühtlasi olla sõnumi looja nii pakutava tehnoloogilise platvormi kui meediasisu kaudu (Vengerfeldt ja Runnel 2004).

Tänapäeval on autoriks saamise võimalusi rohkem, kui lugeda publitseerimiseks Internetis postitamist, elektroonilist kirjastamist ja sellele lähedasi tegevusi - suureks eeliseks kõigile rääkida soovijatele on hõlpus juurdepääs uuele meediale (McQuail 2003).

Käesolevas töös ongi tähelepanu *peer-to-peer* lahendustel, et näha, kui aktiivselt õpilased erinevaid kasutaja-autorlusega tegevusi Internetis harrastavad. Ankeetküsitluses pakuti vastajatele 21 tegevust, mille töö autor jagas kahte suurde gruppi: aktiivsed ja passiivsed tegevused (vt Tabel 1). Aktiivsete tegevuste rühma kuuluvad need tegevused, mis eeldavad kasutajalt enne teksti üles laadimist teatud materjali loomist (kirjatükk, foto, fail). Kasutaja osalust nõudvaid tegevusi on Internetis omakorda kahte tüüpi – avalikud ja privaatsed tegevused. Avalikud tegevused on need, mille tulemus on paljudele teistele kasutajatele nähtav, privaatsed on suunatud ühelt kasutajalt teisele. Passiivsed tegevused on toimingud Internetis, mis ei eelda kasutajapoolset panust sisusse, seega võimaldavad kasutajal olla pigem

passiivse tarbija rollis – need toimingud on rohkem praktilise, tarbimisliku või vahetut suhtlust võimaldava väärtusega kui sisutootvad tegevused.

Aktiivseid tegevusi on kokku 12 ning passiivseid 11 – seega enam-vähem võrdselt.

Tabel 1. Ankeetküsitluses „Õpilane ja meedia 2005“ välja pakutud internetitegevuste jaotus.

AKTIIVSED TEGEVUSED		PASSIIVSED TEGEVUSED
Kasutaja-autorlusega avalikud tegevused	Kasutaja-autorlusega privaatsed tegevused	Toimingud
Pea oma blogi (ajaveebi)	Saadab meile	Osta <i>online</i> -poodidest
Tea oma kodulehekülge	Saadab e-kaarte	Kasuta internetipanka
Laen üles pilte/fotosid	Saadab SMS-e	Tutvun mind huvitavate kaupade hindadega
Laen üles referaate või muid koolitöid	Vahetan failijagamisprogrammide abi faile	Kasuta otsingumootoreid
Laen üles omakirjutatud jutte/luuletusi	Pea e-posti nimistut sõpradele-tuttavatele info saatmiseks	Loe <i>online</i> -kommentaare
Kirjuta <i>online</i> -kommentaare		Mängi <i>online</i> -mänge
Suhtlen jututubades/foorumites		Laen alla mitmesuguseid faile (muusikat, filme, programme)
		Telli mobiiltelefoni helisid või logosid
		Kasuta internetitelefoni (nt Skype vms)

Saadud tulemusi võrdleb töö autor 2005. aasta „Mina. Maailm. Meedia“ (MeeMa) küsitluses välja pakutud tegevustega, mis on „Õpilane ja meedia 2005“ tegevustega samad või sarnased. 15-19-aastaseid vastajaid oli MeeMa 2005 küsitluses 148.

2.2. VALIM

Ankeetküsitluse „Õpilane ja meedia 2005“ üldkogumiks olid Eesti 12-18-aastased kooliõpilased. Planeeritud valimi suurus oli 1000 õpilast. Tagamaks valimi esinduslikkust üldkogumi suhtes, kasutati kolme kriteeriumi: õppekeel (eesti vs vene), vanus ja piirkonna keskmine elatustase (piirkonnad keskmise sissetulekuga pereliikme kohta alla 75% Eesti

keskmisest vs piirkonnad keskmise sissetulekuga pereliikme kohta vähemalt 75% Eesti keskmisest). Ankeetküsitluse täitis 948 õpilast vanuses 11-18 eluaastat, 11-st erinevast koolist üle Eesti (vt Tabel 2), mis valiti koolide nimekirjast, võttes arvesse õppekeele ja piirkonna elatustaseme kriteeriumi (proportsionaalsust üldkogumi suhtes) ning suuremate linnade esindatust. Koolides küsitletavad klassid valiti välja, võttes arvesse õpilaste vanuse kriteeriumi (proportsionaalsust üldkogumi suhtes). Reaalse valimi vastavus planeeritud valimile oli hea (vt Lisa 1).

Vastajate seas oli 445 poissi (47%) ning 493 tüdrukut (52%) (10 vastajat jättis oma soo märkimata).

Tabel 2. Ankeetküsitlusele „Õpilane ja meedia 2005“ vastanute arv koolide kaupa.

Kool	Vastajate arv
C.R. Jakobsoni Gümnn.	92
Haapsalu Gümnn.	176
Kivilinna Gümnn.	236
Sõle Gümnn. (Tallinn)	90
Rõngu Gümnn.	62
Kanepi Gümnn.	23
Mustvee Gümnn.	16
Kiviõli Eesti Gümnn.	40
Tallinna 53. Keskkool	102
Kiviõli Vene Gümnn.	62
Tartu Slaavi Gümnn.	49
Kokku	948

3. TULEMUSED

3.1. ÕPILASTE EELISTUSED INTERNETITEGEVUSTE OSAS

Milliseid tegevusi ja toiminguid õpilased Internetis eelistavad ja kui sageli nad neid harrastavad? Selle küsimuse all vaatab töö autor kõiki tegevusi (kokku 21), mis ankeetküsitluses „Õpilane ja meedia 2005“ 40. küsimuses välja pakuti, et võrrelda, kas noored eelistavad pigem selliseid tegevusi, mis nõuavad nende enda poolset panust sisusse või muid toiminguid Internetis.

Tabelist 3 on näha, kui paljud vastajatest mingi tegevusega uue meedia keskkonnas tegelevad. Pole välja toodud vastamata jätnuid, või neid vastuseid, kus õpilane märkis, et ei tegele üldse. Antud küsimuse juures on olulisem vaadata, kui suur osa õpilastest mingeid tegevusi Internetis harrastab.

Tabel 3. Tegevuste ja toimingute aktiivsus Internetis õpilaste seas „Õpilane ja meedia 2005“ tulemuste põhjal.

	Praktiliselt iga päev	2-3 korda nädalas	Kord nädalas või harvem	Kokku
Saadan meile	27%	27%	31%	85%
Laen alla mitmesuguseid faile	43%	20%	19%	82%
Kasutan otsingumootoreid	32%	23%	19%	75%
Suhtlen jututubades/foorumites	26%	19%	27%	73%
Laen üles pilte	11%	16%	43%	70%
Loen <i>online</i> -kommentaare	24%	19%	26%	69%
Mängin <i>online</i> -mänge	24%	16%	25%	65%
Pean e-posti nimistut	15%	14%	29%	59%
Kirjutan <i>online</i> -kommentaare	19%	15%	23%	57%
Tutvun mind huvitavate kaupade hindadega	9%	15%	27%	51%
Vahetan faile	19%	12%	19%	51%
Laen üles koolitöid	3%	7%	37%	47%
Saadan SMSe	13%	14%	19%	45%
Saadan e-kaarte	5%	10%	29%	44%
Tellin mobiiltelefoni helinaid või logosid	8%	8%	27%	43%
Kasutan internetipanka	5%	11%	26%	42%
Kasutan internetitelefoni	16%	8%	17%	41%
Pean blogi	8%	6%	10%	25%
Teen oma kodulehekülge	6%	5%	13%	23%
Laen üles omakirjutatud jutte/luuletusi	2%	4%	12%	18%
Ostan <i>online</i> -poodidest	2%	2%	7%	11%

Kõige rohkem vastanud õpilastest (üle 80%) tegeleb Internetis meilide saatmisega ja failide allalaadimisega. Seega on need kaks kõige kasutatavamat internetiteenust õpilaste seas. Sealjuures koguni 59% vastanutest peab e-posti nimistut sõpradele või tuttavatele info saatmiseks ning umbes pooled õpilased vahetavad ise failijagamisprogrammidega faile. Seega on küllalt aktiivselt kasutatavad ka need toimingud, mis on kõige populaarsemate tegevustega seotud.

Ka MeeMa 2005 küsitluses välja pakutud tegevustest Internetis oli ülekaalukalt populaarseim meilide saatmine, millega tegeleb 15-19-aastastest noortest koguni 96% vastanutest. Praktiliselt iga päev tegeleb elektronkirjade saatmisega 58% õpilastest. Ülejäänud vastajad saadavad meile harvem, kuid see tulemus on võrreldes teiste tegevustega uue meedia keskkonnas kõige rohkemate õpilaste poolt ning aktiivseimalt kasutatav.

Samuti on failide allalaadimine MeeMa 2005 tulemuste põhjal populaarne tegevus noorte seas. Failide allalaadimisega tegeleb suurem osa noortest. MeeMa 2005 ankeedis olid eraldi välja toodud failitüübid: muusika või filmide allalaadimine Internetist. Muusika tõmbamisega tegeleb 93% 15-19-aastastest noortest ning filmide allalaadimisega 79% noortest. Seega tuleb vahe sõltuvalt failitüübist üle kümne protsendi. Kuigi üldjoontes on tulemus sama: suurem osa noortest laeb enda arvutisse faile.

„Õpilane ja meedia 2005“ tulemuste põhjal kasutab ligi kolmveerand noortest suhtlemiseks jututubasid või foorumeid ning sama suur hulk õpilasi otsingumootoreid info leidmiseks. MeeMa 2005 ankeedis olid foorumites ja jututubades suhtlemine eraldi tegevused, kus tulid ka mõnevõrra erinevad tulemused. Foorumites suhtleb MeeMa 2005 andmetel 69% noortest, mis on peaaegu sama suur osa kui jututubades ja foorumites suhtlejaid „Õpilane ja meedia 2005“ tulemuste põhjal. MeeMa järgi on jututubades suhtlejaid kõigest 53% 15-19-aastastest vastajatest.

„Õpilane ja meedia 2005“ järgi tegeleb 70% vastanutest piltide üles laadimisega Internetti. MeeMa 2005 andmetel laeb pilte Internetti üles 84% 15-19-aastastest vastanutest, kellest vaid 9% tegeleb sellega mõni kord aastas. Ülejäänud laevad pilte üles enam-vähem võrdselt kas mõni kord kuus, mõni kord nädalas või iga päev. Nagu näha, tegelevad piltidega peaaegu kõik noored.

Kui *online*-kommentaare loeb 69% vastanutest, siis ise kirjutab neid 57% õpilastest. Seega on aktiivsus ja huvi kommentaaride vastu küllaltki suur. MeeMa 2005 ankeetküsitluses olid internetitegevuste hulgas üles loetletud ka portaalides suhtlemine ja kommentaaride lugemine ning netikommentaaride kirjutamine. Kommentaare loeb ja portaalides suhtleb 15-19-aastastest noortest 80% ning kirjutab ise 67% vastanutest. Mõlemad tegevused olid MeeMa 2005 tulemuste põhjal noorte seas populaarsemad kui „Õpilane ja meedia 2005“ tulemuste põhjal.

65% õpilastest tegeleb ka *online*-mängude mängimisega. MeeMa 2005 andmetel on 15-19-aastaste noorte seas *online*-mängude mängijaid 67%. Seega on antud küsimuse juures saadud tulemused erinevates küsitlustes peaaegu võrdsed.

Umbes pooled „Õpilane ja meedia 2005“ ankeetküsitlusele vastanutest laevad üles omakirjutatud referaate või muid koolitöid. Pooled õpilased tutvuvad ka neid huvitavate kaupade hindadega, kusjuures vaid 11% vastanutest ostab *online*-poodidest. Natuke vähem kui pooled noortest saadavad e-kaarte (44%) ja SMS-e (45%), tellivad mobiiltelefoni helinaid või logosid (43%), kasutavad internetipanka (42%) ning internetitelefoni (41%). Veerand vastanutest peab oma blogi (ajaveebi) ning 23% teeb kodulehekülge. Veel vähem, 18% õpilastest laeb üles omakirjutatud jutte või luuletusi.

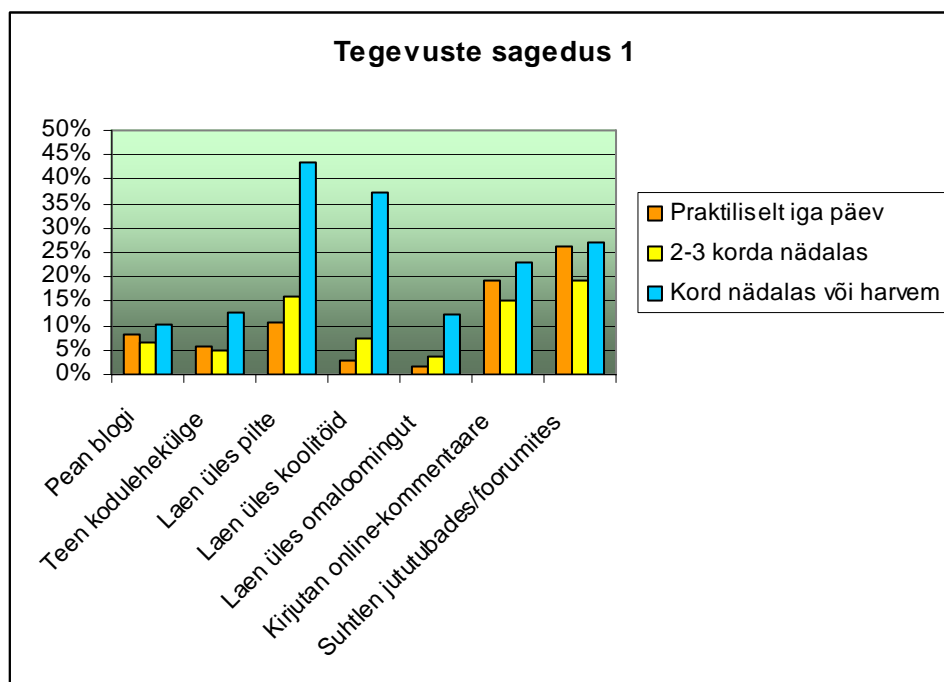
MeeMa 2005 ankeedis oli kaks küsimust ajaveebide kohta: oma blogi või kodulehekülje täiendamine ning teiste blogide lugemine ja kommenteerimine. Selgus, et suurem osa 15-19-aastastest ei tegele enda blogi või kodulehega. Seda teeb 32% vastanutest, mis on siiski suurem osa noortest kui „Õpilane ja meedia 2005“ saadud tulemused näitasid. Võib aga öelda, et ajaveebi pidamine pole kooliõpilaste seas kuigi populaarne tegevus. MeeMa 2005 järgi tegelevad ajaveebide lugemisega natuke rohkem kui pooled 15-19-aastastest vastajatest. Võrreldes näiteks netikommentaaride lugemisega, mida teeb MeeMa järgi 80% noortest, pole ajaveebide jälgimine õpilaste seas kuigi levinud tegevus.

Online-poodidest ostmine on noorte seas vähekasutatav tegevus ka MeeMa 2005 andmetel, millega 83% 15-19-aastastest vastanutest ei tegele üldse. Need, kes aga ostavad Interneti kaudu midagi, teevad seda harva. 11% vastas, et ostab *online*-poodidest mõni kord aastas.

Nagu selgus, on kõige ebapopulaarsemad ankeetküsitluses välja pakutud tegevustest Internetis (mida teeb veerand vastanutest ja vähem) *online*-poodidest ostmise, omakirjutatud juttude üles laadimine, kodulehekülje tegemine ning blogimine. Kusjuures kolm viimast kuuluvad antud töös kategooriasse kasutaja-autorlusega avalikud tegevused. Seega eelistavad õpilased pigem toiminguid ja kasutavad erinevaid teenuseid Internetis, selle asemel, et midagi teiste kasutajatega jagamiseks ise luua. Küll aga on populaarne meilide saatmine, mis eeldab samuti teksti loomist.

Järgnevalt vaatleb töö autor erinevat tüüpi tegevusi määratud kategooriate kaupa, et näha, milliseid tegevusi või toiminguid õpilased Internetis harvem harrastavad, ning milliseid igapäevasemalt. Selle põhjal püütakse selgusele jõuda, kas teatud tegevused on noorte internetikasutajate seas välja kujunenud ning muutunud harjumuseks ehk need, millega tegelevad õpilased igapäevasemalt.

3.1.1. INTERNETITEGEVUSTE SAGEDUS



Joonis 1. Kasutaja-autorlusega avalike tegevuste sagedus Internetis „Õpilane ja meedia 2005“ tulemuste põhjal.

Iga tegevuse juures antud tegevuste kategoorias on ülekaalus, et vastaja teeb seda kord nädalas või harvem. Kuigi näiteks jututubades ja foorumites suhtlejad on aktiivsuse poolest peaaegu võrdselt jagunenud: igapäevaseid tegelejaid, ning neid, kes kord nädalas või harvem harrastavad, on enam-vähem sama palju. Samas kui neid, kes kord nädalas või harvem oma koolitöid üles laevad, on 37%, aga igapäevaseid koolitööde jagajaid vaid 3%.

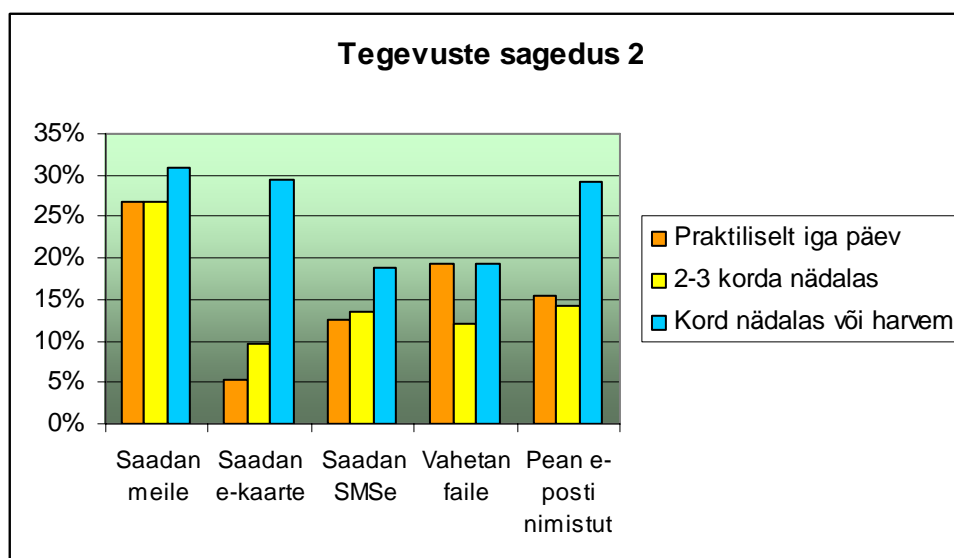
MeeMa 2005 tulemuste põhjal on igapäevaselt jututubades suhtlejad 15-19-aastaste seas kõigest 5%, samal ajal kui neid on „Õpilane ja meedia 2005“ tulemuste järgi veerand vastanutest. Samas on MeeMa järgi 15-19-aastaste seas igapäevaseid foorumites suhtlejad 21%, mis on sarnane „Õpilane ja meedia 2005“ tulemusega. Seega on foorumid võrreldes jututubadega noorte seas populaarsemad ja õpilased kirjutavad sinna regulaarsemalt. MeeMa 2005 järgi on noorte seas jututubadest aktiivsemalt kasutatavam kiirteadete vahetamine, millega tegeleb igapäevaselt koguni 41% 15-19-aastastest vastanutest.

„Õpilane ja meedia 2005“ tulemuste põhjal umbes 15% noortest kommenteerijatest teeb seda nädalas 2-3 korda ning 19% iga päev. MeeMa 2005 tulemuste põhjal on pooled 15-19-aastastest vastanutest regulaarsed netikommentaaride lugejad ja portaalides suhtlejad. Kusjuures ise kirjutavad noored kommentaare harvem – suurem osa kommenteerijatest teeb seda mõni kord kuus (21%) või mõni kord aastas (19%). Igapäevaseid tegelejaid on MeeMa järgi 13%, mis jääb alla „Õpilane ja meedia 2005“ tulemusele.

„Õpilane ja meedia 2005“ tulemustest domineerib piltide üleslaadijate hulgas selgelt, et noored teevad seda nädalas korra või harvem. MeeMa 2005 tulemuste põhjal on ligi pooled 15-19-aastased noored suhteliselt sagedased piltide üleslaadijad, tehes seda mitu korda nädalas või iga päev.

Antud tegevuste kategoorias võib igapäevaseks tegevuseks nimetada jututubades ja foorumites suhtlemist, ülejäänud tegevuste seas ei ole märgata järjepidevust. Kuigi kahe küsitluse võrdluses tuli välja, et MeeMa 2005 tulemuste põhjal on noorte seas igapäevane tegevus ka piltide üleslaadimine.

Järgmisena on lähemalt vaatluse all privaatsete autorlust nõudvate tegevuste populaarsus ja sagedus õpilaste seas (Joonis 2).



Joonis 2. Kasutaja-autorlusega privaatsete tegevuste sagedus Internetis „Õpilane ja meedia 2005“ tulemuste põhjal.

Selles kategoorias eristuvad juba selgemalt internetitegevused, mida õpilased sagedamini kasutavad. Üle poolte, kes meile saadavad, teevad seda mitu korda nädalas (sealhulgas pooled neist igapäevaselt). Natuke üle 30% saadavad meile kord nädalas või harvem. Seega on meilide saatmine laialt levinud ja juba igapäevaseks välja kujunenud tegevus õpilaste seas. MeeMa 2005 järgi saadab 15-19-aastastest elektronkirju igapäevaselt koguni 58%.

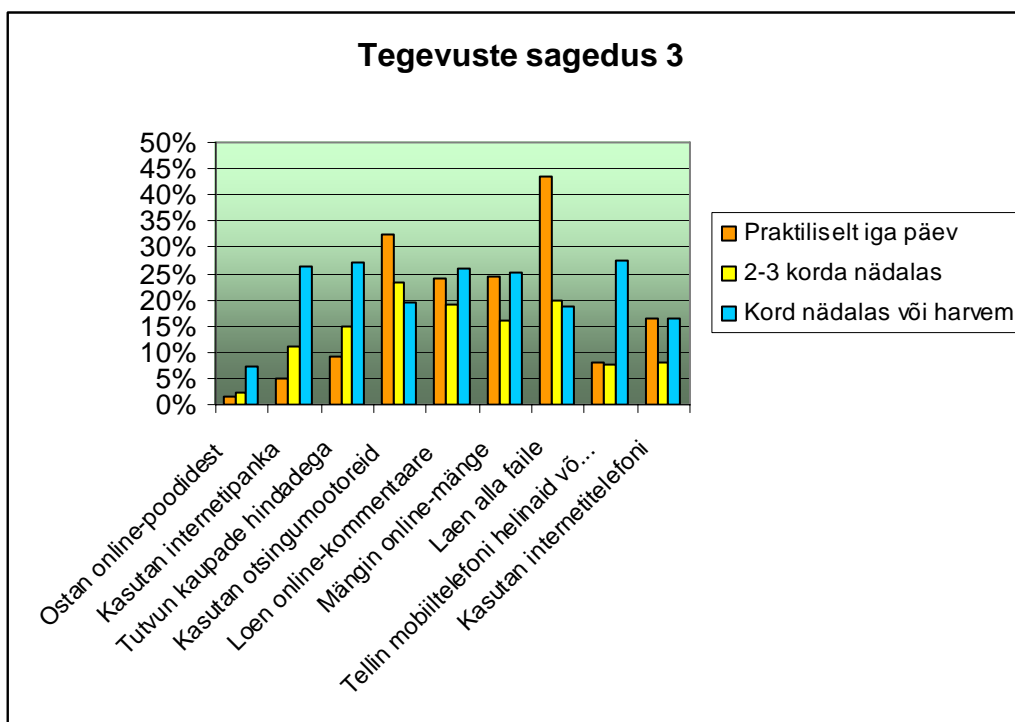
E-kaardi saatmine on tegevus, mida selle kasutajad kõige harvem teevad: ligi 30% nädalas korra või harvem ning igapäevaselt vaid 5%. SMS-ide saatmisega tegelevad küll umbes sama palju noored kui e-kaartide saatmisega, aga SMS-i edastamine on igapäevasem tegevus - 27% vastanutest saadavad sõnumeid nädalas mitu korda.

Failide vahetajate seas on võrdselt palju neid, kes teevad seda iga päev, ning neid, kes nädalas korra või harvem: mõlemad 19%. Suurem osa e-posti nimistu pidajatest tegeleb sellega nädalas korra või harvem. MeeMa 2005 põhjal on meilinglisti pidajaid 15-19-aastaste seas 60% ning kolmveerand neist tegeleb sellega aktiivselt – nädalas mitu korda kuni iga päev. Kui „Õpilane ja meedia 2005“ järgi on meilinglisti kasutajad pigem harvad, siis MeeMa järgi pigem sagedased.

Kokkuvõtvalt võib selle kategooria tegevuste sageduste kohta välja tuua selle, et erinevalt eelmistest tegevustest (Joonis 1), on siinsed harrastused rohkem harjumuseks muutunud

õpilaste seas ja kontrast nende tegelejate vahel, kes kord nädalas või harvem ning kes mitu korda nädalas või iga päev midagi teevad, pole nii suur kui eelmises kategoorias. Selle kategooria (Joonis 2) kasutajate seas tulevad välja igapäevased tegelejad ning need, kes mitu korda nädalas midagi teevad.

Järgnevalt vaatab töö autor, kui sageli õpilased ankeetküsitluses välja pakutud toiminguid Internetis kasutavad (Joonis 3).



Joonis 3. Toimingute sagedus Internetis „Õpilane ja meedia 2005“ tulemuste põhjal.

Siin eristuvad mõne tegevuse juures selgelt aktiivsed harrastajad. Failide allalaadijate seas teeb seda enamuse iga päev: 43%. Vähemusse jäävad need, kes laevad faile alla nädalas korra või harvem: 19%. Põhimõtteliselt on failide allalaadijate hulgas sagedasi toiminguid harrastajaid 63% (kes teevad seda iga päev või mitu korda nädalas). Ka MeeMa 2005 tulemused näitasid, et failide allalaadimine on noorte seas igapäevane tegevus: 64% 15-19-aastastest laeb muusikafaile alla mitu korda nädalas või iga päev, mis on „Õpilane ja meedia 2005“ tulemusega sama. Filmide allalaadimisega tegeleb MeeMa 2005 järgi sama tihti 40% vastanud noortest, mis võib olla tingitud sellest, et filmide failid on muusika omadest oluliselt suuremad ning neid on ka vähem. Seega sõltub failide allalaadimise sagedus failitüübist.

Samuti on igapäevane toiming õpilaste seas otsingumootorite kasutamine, mida teeb suurem osa info otsijatest kas mitu korda nädalas (23%) või iga päev (32%).

Toimingud, mille kasutajate seas domineerib harva kasutajate hulk, on internetipanga kasutamine, õpilast huvitavate kaupade hindadega tutvumine, *online*-poodidest ostmine ning mobiiltelefonihelinate tellimine.

Üpris võrdselt on jagunenud kasutajate aktiivsus *online*-kommentaaride lugejate seas ja *online*-mängude mängijate seas. On ühtlaselt suur hulk neid, kes teevad nimetatud toiminguid sagedasti, ning harvemaid harrastajaid. Tundub, et internetitelefoni pole veel eriti levinud teenus, sest seal ei eristu selgelt igapäevased kasutajad: kui 16% räägib iga päev Skype'ga, siis 17% teeb seda nädalas korra või harvem. Seega on passiivsemate internetitoimingute seas nii selliseid tegevusi, mis on kujunenud välja harjumuseks, kui ka veel väheaktiivselt kasutatavaid teenuseid.

3.2. KASUTAJA-AUTORLUSEGA INTERNETITEGEVUSTE VÕRDLUS SOOLISELT

Kokku osales küsitluses 445 noormeest, 493 neidu ning 10 vastajat jättis oma soo märkimata. Seega ei saa nende vastuseid sugude võrdluses välja tuua, kes ei avaldanud oma sugu. Kuna tüdrukute arv on ülekaalus, toob töö autor protsentuaalselt välja, kui palju keegi mingit tegevust teeb. Absoluutarvudega poiste ja tüdrukute vastuste võrdlemine ei annaks õigeid tulemusi.

Selle küsimuse all võrdleb töö autor poiste ja tüdrukute vastuseid nende tegevuste osas, mis eeldavad seda, et õpilased peavad enne teistega jagamist midagi looma: kirjutama (foorum, blogi, kommentaar, koolitöö, jutt või luuletus), kujundama (kodulehekülge) või pildistama (fotode üles laadimine). Loetletud tegevused kuuluvad esimesse kategooriasse, kus on kasutaja-autorlusega tegevused Internetis. Aktiivsete tegevuste hulka kuuluvad lisaks privaatsed kasutaja-autorlusega tegevused, milleks on meili, SMSi või e-kaardi saatmine, failide jagamine ning e-posti nimistu pidamine, et sõpradele või tuttavatele infot saata.

Tabel 4. Poiste ja tüdrukute võrdlus avalike kasutaja-autorlusega tegevuste osas „Õpilane ja meedia 2005“ tulemuste põhjal.

	Praktiliselt Iga päev	2-3 korda nädalas	Kord nädalas või harvem	Üldse mitte	Ei märkinud
Pean blogi					
Poisid	7%	5%	9%	69%	9%
Tüdrukud	9%	7%	13%	65%	6%
Teen oma kodulehekülge					
Poisid	5%	5%	13%	68%	9%
Tüdrukud	6%	5%	12%	74%	3%
Laen üles pilte					
Poisid	10%	12%	38%	32%	7%
Tüdrukud	12%	19%	48%	18%	3%
Laen üles koolitöid					
Poisid	4%	6%	31%	49%	10%
Tüdrukud	2%	8%	43%	41%	5%
Laen üles omakirjutatud jutte/luuletusi					
Poisid	1%	3%	10%	75%	11%
Tüdrukud	2%	4%	14%	76%	4%
Kirjutan online-kommentaare					
Poisid	17%	13%	25%	34%	10%
Tüdrukud	21%	16%	21%	37%	4%
Suhtlen jututubades/foorumites					
Poisid	23%	20%	26%	21%	9%
Tüdrukud	29%	19%	27%	21%	4%

Blogimise võimalust kasutavad mõnevõrra rohkem tüdrukud, sest kui 69% poistest vastas, et ei pea üldse oma ajaveebi, siis tüdrukute hulk, kes blogi ei pea, oli 65%. Sealjuures 29% vastanud tüdrukutest tegeleb oma ajaveebiga kord nädalas kuni iga päev, mida teeb vaid 21% noormeestest. Enamasti täiendavad ajaveebi pidajad oma lehekülge kord nädalas või harvem – 13% neidudest ja 9% poistest. Seega on aktiivseid blogijaid suhteliselt vähe.

Üllatavalt tegelevad aga poisid tüdrukutega võrdselt palju oma koduleheküljega - 23% poistest ja tüdrukutest vastas, et teeb oma kodulehekülge. Kuigi nende tüdrukute hulk, kes üldse kodulehte ei tee, oli poistest 6% võrra suurem. Kõige enam kordus sagedus, et noored täiendavad oma kodulehekülge kord nädalas või harvem.

Populaarsem tegevus kui blogi pidamine või kodulehekülje tegemine on noorte seas piltide üles laadimine, mida teeb 60% vastanud poistest ning koguni 79% tüdrukutest. Üldse ei tegele fotode üles panemisega 32% poistest ja 18% tüdrukutest. Sama uurimus („Õpilane ja meedia

2005“) näitas, et ligi kolmveerand õpilastest kasutab suhtlusportaali rate.ee aktiivselt, millest võib tulla ka noorte suur aktiivsus piltide üleslaadimisel.

Suhteliselt palju laevad küsitluse täitnud õpilased Internetti üles oma referaate või muid koolitöid. Kord nädalas või harvem tegeleb sellega koguni 31% poistest ning 43% tüdrukutest. Üldse tegeleb kodutööde üleslaadimisega 41% poistest ja 53% tüdrukutest. Näiteks 4% poistest vastas, et teeb seda lausa iga päev.

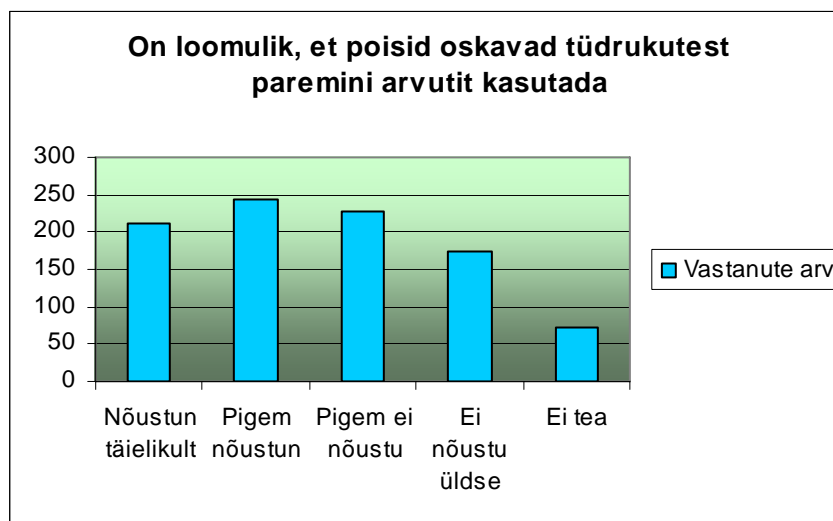
Palju ebapopulaarsem tegevus kui koolitööde Internetti üleslaadimine on noorte seas omaloomingu (omakirjutatud juttude/luuletuste) avaldamine. Sellega ei tegele üldse kolmveerand vastanud tüdrukutest ning poistest. Kuigi kord nädalas või harvem laeb omakirjutatud jutte või luuletusi üles 10% poistest ning 14% tüdrukutest. Seega on naissugu antud tegevuse juures aktiivsem. 6% neidudest avaldab omaloomingut nädalas lausa mitu korda.

Online-kommentaare kirjutamisega tegelevad üle poolte noortest, olenemata soost. Kuigi natuke aktiivsemad on antud tegevuse juures neid, sest 58% vastanud tüdrukutest kommenteerib Internetis, sama teeb 55% noormeestest. Selle tegevuse juures tuli välja ka igapäevaste tegelejate suhteliselt suur hulk - 17% poistest vastas, et kirjutab iga päev kommentaare, ning seda teeb ka 21% tüdrukutest. Kuigi leidis päris palju ka neid õpilasi, kes üldse kommenteerimisega ei tegele: 34% poisse ja 37% tüdrukuid.

Kõige aktiivsemalt kirjutavad aga noored jututubades või foorumites. 69% poistest vastas, et võtab osa jututubade või foorumite tegevusest ning sama teeb kolmveerand vastanud neidudest. Koguni 29% tüdrukutest vastas, et see on tema igapäevane tegevus, samal ajal kui seda teeb 23% poistest.

Üldiselt võib märgata tendentsi, et tüdrukud on võrreldes poistega aktiivsemad tekstide loojad, avaldajad ja sisu täiendajad Internetis. Antud kategoorias polnud ühtegi tegevust, kus poisid oleksid oma aktiivsusega tüdrukuid ületanud. Huvitav on ka asjaolu, et selline tegevus, mis nõuab rohkem arvutiprogrammide tundmist, ei tekita poiste ja tüdrukute vahel erinevusi (võrdselt palju teevad noormehed ja neid oma kodulehekülge). Seega ei mõjuta soorollidele omistatud oskused ja pädevused reaalselt omaloomingulist internetikasutust. Kuigi

märkimisväärselt suur osa noori nõustus ankeetküsitluses esitatud väitega 38.2: „On loomulik, et poisid oskavad arvutit paremini kasutada kui tüdrukud“ (joonis 4.).



Joonis 4. Nõustumine väitega „On loomulik, et poisid oskavad arvutit paremini kasutada kui tüdrukud“ ankeetküsitluses „Õpilane ja meedia 2005“.

Peaaegu pooled (48%) vastanutest nõustusid selle väitega kas täielikult või pigem. Samal ajal kui 43% vastanutest ei nõustu esitatud väitega üldse või pigem mitte. Samas ankeedis oli ka teine väide 38.8: „Arvutite ja Interneti kasutamist tuleb varakult võimaldada eelkõige poistele“, mille poolt oli pigem või täielikult 249 (26%) vastanud õpilast ning vastu koguni 540 (57%) õpilast. Kuigi pooled vastajad seostavad arvutioskust sooga, ei suutu nad nii diskrimineerivalt sellesse, kellele tuleb varakult arvutite ja Interneti kasutamist võimaldada.

Uuringus *UK Children Go Online* ilmnes sooline erinevus kodulehekülje tegemisel, millega tegelevad ligi pooled vastanud poistest ning umbes 30% tüdrukutest. Seega on oma veebilehe valmistamine Briti noorte seas võrreldes Eesti noortega populaarsem ning poisid ja tüdrukud ei tee võrdselt palju kodulehekülgi. Projekti UKCGO juht Sonia Livingstone (2004) on arutlenud selle üle, et noortel pole piisavalt arvuti kasutamise oskusi, et enda kodulehekülge ehitada. Kodulehe tegemine ja ülalpidamine pole kerge ning enamasti ei uuenda noored oma veebilehti regulaarselt. Kuna enamusel noortel pole oma kodulehekülge, on põhiprobleem selles, et nad ei oska seda luua. Nii et see on üks valdkond, kus arvutikirjakeele oskuses on vajakajäämisi (Livingstone 2004).

Järgnevalt on vaatluse all tegevused Internetis, mis nõuavad küll kasutajalt enne teistega jagamist millegi loomist, aga on suunatud kindlale inimesele või grupile ja pole nähtav laiale kasutajaskonnale.

Tabel 5. Tüdrukute ja poiste võrdlus privaatsete kasutaja-autorlusega tegevuste osas „Õpilane ja meedia 2005“ tulemuste põhjal.

	Praktiliselt iga päev	2-3 korda nädalas	Kord nädalas või harvem	Üldse mitte	Jättis märkimata
Saadatan meile					
Poisid	20%	23%	35%	14%	8%
Tüdrukud	32%	31%	28%	8%	2%
Saadatan e-kaarte					
Poisid	5%	8%	23%	54%	10%
Tüdrukud	6%	11%	35%	45%	3%
Saadatan SMS-e					
Poisid	12%	15%	21%	45%	8%
Tüdrukud	13%	13%	17%	53%	4%
Vahetan faile					
Poisid	27%	16%	20%	27%	10%
Tüdrukud	12%	8%	19%	57%	4%
Pean e-posti nimistut					
Poisid	12%	15%	29%	34%	10%
Tüdrukud	18%	14%	29%	34%	4%

Selgelt tuli välja erinevus, et tüdrukud on aktiivsemad meilisatjad. Seda teeb nädalas mitu korda 31% tüdrukutest ja praktiliselt iga päev koguni 32% vastanud neidudest. Samal ajal kui poiste meilide saatmise aktiivsus jaguneb vastavalt 23% ja 20%. Seega on aktiivseid meilijaid tüdrukute seas umbes 20% võrra poistest rohkem (neid, kes saadavad mitu korda nädalas või iga päev). Poisid saadavad meile enamasti nädalas korra või harvem – 32%. Samal ajal, kui 28% vastanud neidudest saadavad meile nii harva. Üldse ei tegele meilimisega 14% vastanud noormeestest ning 8% tüdrukutest.

Samuti on e-kaartide saatmine tüdrukute seas populaarsem kui poiste seas. Üle poole (54%) poistest ei saada üldse e-kaarte, ka 45% tüdrukutest ei tegele sellega. 35% tüdrukutest saadab e-kaarte nädalas korra või harvem, sama teeb 23% poistest. Mitu korda nädalas või praktiliselt iga päev saadab e-kaarte 13% vastanud noormeestest ning 17% neidudest.

SMS-i saatjatena löövad poisid natuke tüdrukuid, sest umbes 8% võrra rohkem poisse tegeleb sõnumite saatmisega. Kuigi samas pole suurt erinevust, sest neid tüdrukuid ja noormehi on võrdselt, kes saadavad nädalas mitu korda või igapäevaselt SMS-e.

Küll aga on poisid aktiivsemad failijagajad spetsiaalsete programmide kaudu. Kui sellega ei tegele üldse 57% neidudest, siis kõigest 27% poistest ei vaheta faile. Kusjuures koguni 27% poistest teeb seda praktiliselt iga päev, samal ajal kui 12% neidudest vahetab faile iga päev. Kuigi kord nädalas või harvem jagunevad poisid ja tüdrukud failijagajatena võrdselt.

Üllatavalt võrdselt jagunevad tüdrukud ja poisid e-posti nimistu pidamisel, et sõpradele ja tuttavatele infot saata. 34% poistest ja tüdrukutest ei tegele sellega üldse, aga 29% igapäevaselt. Kuigi aktiivseid e-posti nimistuga tegelejaid on rohkem tüdrukute seas: 32% mitu korda nädalas või iga päev ning 27% poistest sama sageli.

Olenemata küsimusest, jättis alati rohkem poisse sellele vastamata. Mitme küsimuse juures puudus lausa 10% ankeetküsitluse täitnud poiste vastus. Seega ei ole tulemused kõige täpsemad ja paremini võrreldavamad, sest tüdrukud olid korralikumad vastajad.

3.3. KASUTAJA-AUTORLUSEGA INTERNETITEGEVUSTE VÕRDLUS VANUSELISELT

Ankeetküsitlusele „Õpilane ja meedia 2005“ vastajate vanus jäi vahemikku 11-18 eluaastat.

Tabel 6. Vanuste jagunemine ankeetküsitluse „Õpilane ja meedia 2005“ täitnud õpilaste seas.

Vanus	Vastajate arv
11	13
12	201
13	192
14	31
15	225
16	70
17	198
18	12
Ei märkinud	6

Nagu Tabelist 6 näha, jagunesid vanused väga ebavõrdselt. Kuna vastajad olid kas 6., 7., 9. või 11. klassi õpilased, moodustab töö autor neli vanusegruppi: 11-12-aastased (214), 13-14

aastased (223), 15-16 aastased (295) ning 17-18 aastased (210). Saadud tulemused tuuakse välja protsentuaalselt.

Tabel 7. Vanusegruppide võrdlus avalike kasutaja-autorlusega tegevuste osas „Õpilane ja meedia 2005“ tulemuste põhjal.

	Praktiliselt iga päev	2-3 korda nädalas	Kord nädalas või harvem	Üldse mitte	Ei märkinud
Pean blogi					
11-12 aastased	12%	11%	13%	56%	8%
13-14 aastased	9%	8%	13%	61%	9%
15-16 aastased	8%	4%	9%	70%	8%
17-18 aastased	3%	4%	6%	82%	5%
Teen oma kodulehekülge					
11-12 aastased	9%	6%	18%	60%	7%
13-14 aastased	6%	6%	16%	66%	6%
15-16 aastased	4%	5%	11%	73%	7%
17-18 aastased	4%	4%	6%	83%	2%
Laen üles pilte					
11-12 aastased	10%	22%	33%	29%	6%
13-14 aastased	15%	14%	46%	20%	5%
15-16 aastased	13%	15%	43%	23%	6%
17-18 aastased	5%	12%	53%	28%	3%
Laen üles koolitöid					
11-12 aastased	3%	8%	40%	41%	8%
13-14 aastased	2%	7%	40%	42%	9%
15-16 aastased	4%	7%	37%	43%	9%
17-18 aastased	2%	7%	31%	56%	3%
Laen üles omakirjutatud jutte/luuletusi					
11-12 aastased	2%	7%	17%	66%	8%
13-14 aastased	3%	4%	13%	73%	8%
15-16 aastased	1%	2%	12%	76%	8%
17-18 aastased	0%	3%	8%	87%	3%
Kirjutan online-kommentaare					
11-12 aastased	19%	15%	25%	33%	8%
13-14 aastased	19%	17%	21%	35%	9%
15-16 aastased	24%	12%	24%	32%	8%
17-18 aastased	13%	17%	22%	44%	3%
Suhtlen jututubades/foorumites					
11-12 aastased	28%	19%	28%	20%	6%
13-14 aastased	26%	21%	29%	17%	7%
15-16 aastased	26%	17%	26%	22%	8%
17-18 aastased	25%	22%	25%	25%	3%

Kõige aktiivsemad blogijad olid noorimas vanusegrupis, sest kui vaid 3% 17-18-aastastest tegeleb oma ajaveebiga praktiliselt iga päev, siis vanusegrupis 11-12 oli see osa 12%

vastanutest. 36% 11-12-aastastest vastas, et tegeleb oma blogi pidamisega, sama teeb 30% 13-14-aastastest, 21% 15-16-aastastest ning kõigest 13% 17-18-aastastest. Seega väheneb kooliõpilaste blogimise aktiivsus vanuse kasvades.

Sama tendents tuli välja ka kodulehe tegemise küsimuse juures, kus kõige aktiivsemaks kujunes 11-12-aastaste vastajate vanusegrupp ja kõige vähem tegeleb kodulehe valmistamisega taas vanusegrupp 17-18 eluaastat. 33% 11-12-aastastest vastas, et teeb oma kodulehekülge, neist kõige suurem osa – 18% tegeleb sellega kord nädalas või harvem, ülejäänud mitu korda nädalas või praktiliselt iga päev. 28% 13-14-aastastest vastas, et tegeleb oma kodulehega – 16% neist harva. 15-16 eluaastastest vastas 20%, et teeb oma kodulehte. Ning kõige vähem kodulehe tegijaid oli vanusegrupis 17-18 eluaastat, kõigest 14% vastanutest ning peaaegu pooled neist tegelevad oma veebilehega kord nädalas või harvem.

Piltide üleslaadimisega tegeleb kolmveerand 13-14-aastastest õpilastest, mis on kõige aktiivsem vanuserühm selle tegevuse juures. Sealjuures 15% neist vastas, et tegeleb sellega praktiliselt iga päev. Samuti ei jäänud palju alla ka teised vanusegrupid: 70% 17-18-aastastest laeb pilte üles, 65% 11-12-aastastest ning 61% 15-16-aastastest. Umbes pooled 17-18-aastastest laevad pilte üles nädalas korra või harvem. Sagedasemad pildilaadijad on nooremates vanuserühmades.

Koolitööde üleslaadimise juures oli sellega tegelejate aktiivsus umbes sama, olenemata vanusest. Kuigi võib välja tuua, et kõige vähem tegeleb sellega vanuserühm 17-18 eluaastat, sest 56% neist vastas, et ei tee seda üldse. Samal ajal, kui teistest vanusegruppidest ei tegele koolitööde üleslaadimisega keskmiselt 42% vastanutest. Enamus koolitööde üleslaadijatest teeb seda nädalas korra või harvem. Neid, kes mitu korda nädalas või praktiliselt iga päev sellega tegelevad, on igas vanuserühmas umbes 10% vastanutest.

Omakirjutatud juttude või luuletuste Interneti üleslaadimise aktiivsus langeb vanuse kasvades. 26% 11-12-aastastest vastas, et tegeleb omaloomingu avaldamisega Internetis, 20% 13-14-aastastest, 15% 15-16-aastastest ning kõigest 12% 17-18-aastastest. Viimasest vanuserühmast ei tee keegi seda iga päev. Igast vanuserühmast tegeleb suurem osa omaloomingu Internetis avaldajaid sellega nädalas korra või harvem.

Kõige rohkem Internetis kommenteerijaid on 11-16-aastaste seas - ligi 60% neist kommenteerib. Samal ajal kui natuke üle poolte 17-18-aastastest õpilastest Internetis arutlevad. Kõige aktiivsemad kommenteerijaid, need, kes praktiliselt iga päev sõna võtavad, oli kõige rohkem vanuserühmas 15-16 eluaastat – ligi veerand. 19% 11-14-aastastest vastas, et teeb seda iga päev.

Kõige aktiivsemaid jututubades või foorumites suhtlejaid oli võrdselt palju 11-14-aastaste seas – kolmveerand neist vastas, et tegeleb sellega. Mõne protsendiga jäid alla vanemad vanuserühmad. Jututoad või foorumid on õpilaste jaoks suhteliselt harjumuspärane tegevus, olenemata vanusest: paljud, kes sellega tegelevad, teevad seda igapäevaselt. Samal ajal on ka sama suur osa neid, kes tegelevad jututubade ja foorumitega nädalas korra või harvem.

Nagu saadud tulemustest näha, on kõige aktiivsemad tekstide loojad Internetis vanuserühmas 11-12 eluaastat, ning seda teeb kõige vähem vanuserühm 17-18 eluaastat. Mitme küsitlusankeedis välja pakutud tegevuse (blogi pidamine, kodulehe tegemine ja omaloomingu Internetti üleslaadimine) juures ilmnis tendents, et huvi tegevuse vastu langes õpilase vanuse kasvades. Seevastu polnud siin kategoorias ühtegi sellist tegevust, milles kõige vanem vanuserühm oma aktiivsusega teisi vanuserühmi ületanud oleks. Seega võib öelda, et usinamad loojad ja tegutsejad Internetis on põhikooli õpilased. Kuna keskkooli klassidest küsitleti 11. klassi õpilasi, siis nende aktiivsus jäi noorematele kasutaja-autorlusega avalike tegevuste juures alla.

Järgmisena võrdleb töö autor vanuseliselt tegevusi, mille tulemus on suunatud konkreetsetele kasutajatele ehk privaatseid kasutaja autorlust nõudvaid tegevusi.

Nagu juba varem selgus, on meilide saatmine õpilaste seas kõige populaarsem tegevus- seda teeb igast vanuserühmast rohkem kui 80% noori. Kõige aktiivsemad meilide saatjad on aga 17-18-aastaste vastajate seas, kellest koguni 88% tegeleb kirjade saatmisega (vt. Tabel 8). 86% 13-14-aastastest tegeleb meilide saatmisega ning võrdselt 83% 11-12- ja 15-16-aastastest kirjutab e-maile. Igas vanusegrupis on ühtlaselt palju neid, kes tegelevad sellega praktiliselt iga päev, mõni kord nädalas või harvem. Meilide saatmine on selline tegevus, kus kooliõpilaste võrdluses ei mängi vanus erilist rolli, kuigi natuke aktiivsemad elektronkirjade saatjad on vanemate kooliõpilaste seas.

Tabel 8. Vanusegruppide võrdlus privaatsete kasutaja-autorlusega tegevuste osas „Õpilane ja meedia 2005“ tulemuste põhjal.

	Praktiliselt iga päev	2-3 korda nädalas	Kord nädalas või harvem	Üldse mitte	Jättis märkimata
Saadab meile					
11-12 aastased	30%	23%	29%	14%	4%
13-14 aastased	27%	26%	33%	10%	4%
15-16 aastased	27%	27%	29%	10%	7%
17-18 aastased	22%	32%	34%	10%	2%
Saadab e-kaarte					
11-12 aastased	7%	14%	33%	38%	7%
13-14 aastased	8%	13%	33%	40%	7%
15-16 aastased	4%	8%	25%	55%	8%
17-18 aastased	1%	4%	28%	63%	4%
Saadab SMS-e					
11-12 aastased	14%	15%	27%	36%	7%
13-14 aastased	17%	17%	21%	39%	6%
15-16 aastased	12%	14%	17%	50%	7%
17-18 aastased	7%	6%	11%	72%	3%
Vahetab faile					
11-12 aastased	10%	12%	24%	46%	8%
13-14 aastased	14%	9%	21%	49%	7%
15-16 aastased	25%	12%	17%	39%	8%
17-18 aastased	26%	17%	16%	38%	3%
Pean e-posti nimistut					
11-12 aastased	17%	14%	29%	31%	8%
13-14 aastased	19%	18%	32%	23%	8%
15-16 aastased	15%	14%	25%	37%	9%
17-18 aastased	9%	10%	32%	45%	3%

11-12-aastased on ainuke vanuserühm, kellest rohkem kui pooled (54%) tegelevad e-kaartide saatmisega. Taas on tegu sellise tegevusega Internetis, kus vanuse kasvades kooliõpilaste huvi langeb. 17-18-aastastest vastas 33%, et saadab e-kaarte, kellest 28% tegeleb sellega nädalas korra või harvem. Seevastu 21% 11-14-aastastest vastanutest saadab e-kaarte 2-3 korda nädalas või praktiliselt iga päev, seega on ka sageduse poolest aktiivsed vanuserühmad.

Natuke üle poolte 11-14-aastastest tegelevad SMS-ide saatmisega Internetis. Vähemaktiivsed on selle tegevuse juures vanemad õpilased. Vahe tuli sisse ka 15-16-aastaste ja 17-18-aastaste võrdluses, kus viimastest tegeleb vaid 24% sõnumite saatmisega. Seega on jälle tulemuseks kõige vanema vanuserühma suhteliselt väike aktiivsus võrreldes madalamate klasside

õpilastega. Kõige sagedamini saadab SMS-e vanuserühm 13-14 eluaastat, kellest 34% teeb seda nädalas mitu korda kuni iga päev.

Failide vahetamine on tegevus, mida harrastavad pigem vanemad kooliõpilased. Näiteks veerand 15-18-aastastest vastas, et teeb seda praktiliselt iga päev. Samal ajal kui vaid 10% 11-12-aastastest seda nii sageli teeb. Kui ligi pooled 11-14-aastastest ei tegele failide vahetamisega üldse, siis ülejäänud vanuserühmadest ei tee seda ligi 40%. Seega on see siiani esimene tegevus, mille juures on aktiivsus vanemate vanuserühmade käes.

E-posti nimistut peab õpilastest igas vanuserühmas üle poolte. See on peale e-mailide saatmine järgmine tegevus, kus vanuste vahel ei teki erinevuse momenti ja tegevuse sagedus on samuti suhteliselt võrdselt jagunenud. Kuigi suurem osa igas vanusegrupis, kes peab e-posti nimistut, et sõpradele või tuttavatele infot saata, teeb seda harva - nädalas korra või vähem.

Vanuserühmade võrdluses ilmnes see, et sarnaselt vastasid 11-12-aastased ja 13-14-aastased ning 15-16-aastased ja 17-18-aastased. Seega oleks piisanud kahe suurema vanuserühma moodustamisest: 11-14 ja 15-18 eluaastat. Kuigi huvitav oli vaadata, kuidas mitme tegevuse juures vanuse kasvades huvi mingi tegevuse vastu järk-järgult langes. See tendents poleks olnud nii selgelt nähtav kahe vanusegrupi võrdluses, kui ta on nelja väiksema vanusegrupi võrdluses.

Võib öelda, et Internetis tegutsevad aktiivsemalt ja kasutavad erinevaid võimalusi enda väljendamiseks õpilased vanuses 11-14 eluaastat, sealjuures 11-12-aastased vastajad olid eriti aktiivsed. Kõige vähem tegelevad mitmesuguste kasutaja-autorlusega tegevustega uue meedia keskkonnas 17-18-aastased õpilased. Populaarsete tegevuste juures (mida teeb suurem osa vastanud õpilastest), nagu piltide üleslaadimine või meilide saatmine, erilist võrdlusmomenti vanuserühmade vahel ei tekkinud. Seega on need kasutaja-autorlusega tegevustest kõige levinumad noorte seas.

3.4. TEGEVUSTEVAHELISED SEOSSED

Järgmisena vaatab töö autor, kuidas on teatud internetitegevused omavahel seotud. Selleks koostati korrelatsioonitabel (vt Lisa 3), kus on näha statistiliselt olulised tegevustevahelised

seosed. Tulemused on esitatud tabelites nii, et kõiki tegevusi oleks omavahel võimalik võrrelda.

Need õpilased, kes peavad oma blogi, on aktiivsed kasutajad - neil on peaaegu kõikide teiste tegevustega statistiliselt oluline seos. Tugevamad seosed ajaveebi pidamisel on kodulehekülje tegemine, piltide ja omaloomingu üleslaadimine, e-kaartide ja SMS-ide saatmine, *online*-poodidest ostmine, *online*-kommentaari kirjutamine ning e-posti nimistu pidamine. Seega on blogijatel tugev seos pigem erinevate kasutaja-autorlusega tegevuste kui muude toimingutega. Natuke nõrgem, kuid siiski statistiliselt oluline seos on ajaveebi pidajatel järgmiste tegevustega Internetis: koolitööde üleslaadimise, meilide saatmise, *online* -kommentaari lugemise, *online*-mängude mängimise, kaupade hindadega tutvumisega. Blogijatel puudub aga statistiliselt oluline seos otsingumootorite kasutamisega. Viimane on ka ainuke tegevus, mida ajaveebi pidajad vähem kasutavad. Sarnased seosed nagu ajaveebi pidajatel, on omakirjutatud luuletuste või juttude avaldajatel, kes tegelevad vähem *online*-mängude mängimise ning otsingumootorite kasutamisega. Seevastu ülejäänud tegevustega on oluline seos olemas.

Samuti võib aktiivseteks kasutajateks nimetada oma kodulehekülje tegijaid, sest neil on peaaegu kõikide tegevustega statistiliselt oluline seos. Võib esile tõsta, et eriti tugevalt on kodulehe tegemine seotud internetitelefoni kasutamisega, *online*-poodidest ostmisega, blogi pidamisega, piltide ning omakirjutatud juttude üleslaadimisega. Seega on suure tõenäosusega need, kes peavad oma ajaveebi, avaldavad omaloomingut ning teevad kodulehte, samad õpilased. Kodulehe tegijatel tekkis aga vastupidine seos otsingumootorite kasutamisega: need, kes oma veebilehte teevad, pigem ei kasuta otsingumootoreid.

Piltide üleslaadijate seltskond on Internetis suurem ning selle tegevusega on seotud ka paljud teised toimingud. Piltide üleslaadijate tegevus on tugevamalt seotud näiteks e-posti nimistu pidamisega, jututubades suhtlemisega, internetitelefoni kasutamisega, *online*-kommentaari lugemise ja kirjutamisega, kodulehe tegemisega ja meilide saatmisega. Need, kes Internetti pilte üles laevad, teevad aeg-ajalt ka kõiki teisi loetelus olnud tegevusi. Kuigi nagu näha, on eriti tugevad seosed suhtlustegevustega, nõrgemad muude toimingutega. Jututubades ja foorumites suhtlemine on omakorda seotud tugevamalt meilide saatmisega, kommentaari lugemise ja kirjutamisega ning failide allalaadimisega. Natuke nõrgemad seosed on jututubades ja foorumites suhtlejatel ka kõikide teiste välja pakutud tegevustega.

Neil, kes Interneti kodutöid üles laevad, pole teiste tegevustega nii tugevaid seoseid kui näiteks piltide üleslaadijatel, kuigi enamuse tegevustega siiski on seos. Kodutööde üleslaadimisel puudub seos failide vahetamisega ja on nõrgem seos failide allalaadimisega. Seega ei tegele kodutööde üleslaadijad niivõrd failidega, küll aga jagavad aktiivselt teiste kasutajatega pilte, omakirjutatud jutte ja luuletusi ning peavad aktiivselt ka e-posti nimistut.

Online-kommentaari kirjutajatel on kõige tugevam seos nende lugemisega. Need, kes kommenteerivad, on aktiivsed tegelejad uue meedia keskkonnas, kes kasutavad suuremal või vähemal määral ka kõiki teisi võimalusi Internetis tegutsemiseks.

Kasutaja-autorlusega avalikud tegevused on üldjuhul kõikide teiste tegevustega seotud. Kuigi üllataval kombel ei kasuta need õpilased, kes peavad oma blogi, teevad kodulehte või avaldavad omaloomingut, eriti otsingumootoreid. Üldiselt võis antud tegevuste kategoorias näha olulisi seoseid ülejäänud tegevustega. Samuti on omavahel tugevamalt seotud erinevad kasutaja-autorlusega tegevused, olgu need siis avalikud või privaatsed. Nõrgemad seosed ilmnesid muude toimingutega Internetis.

E-kaartide saatmine on tugevalt seotud meilimisega ja samuti SMS-ide saatmisega. Need õpilased, kes saadavad e-kaarte või SMS-e, tellivad aktiivsemalt ka mobiiltelefoni helinaid. Samuti on nende tegevustega rohkem seotud *online* poodidest ostmine ning e-posti nimistu pidamine. Ülejäänud toimingutega Internetis nimetatud tegevustel nii tugevaid seoseid pole.

Internetipanga kasutamisel on pigem nõrk seos *online*-mängude mängimisega. Tugev seos aga õpilast huvitavate kaupade hindadega tutvumisega. Seega on märgata tendentsi, et sarnased tegevused on omavahel seotud ning vastandlikud toimingud nii tugevalt pole. Need, kes tegelevad oma rahaasjadega Internetis, ei tegele pigem mängude mängimisega. Samuti on hindadega tutvumisel tugevam seos *online*-poodidest ostmisega ning otsingumootorite kasutamisega. Nõrgemad seosed Internetist ostmisega on näiteks jututubades suhtlemisel, kommentaaride kirjutamisel ning lugemisel.

Omavahel on rohkem seotud kasutaja-autorlusega tegevused, erinevad suhtlustegevused ning rohkem praktilise väärtusega internetitoimingud. Tegevuste seostest joonistuvad välja erinevad kasutajatüübid õpilaste seas: suhtlejad, loomingulised kasutajad, info otsijad, tehingute läbiviijad jne. Näiteks nendel õpilastel, kes kasutavad otsingumootoreid, on

tugevam seos *online*-kommentaaride lugemise, mitte kirjutamisega. Seega on aktiivsed info otsijad pigem passiivse tarbija kui aktiivse tootja rollis. Samas võib kooliõpilasi nimetada ka mitmekülgeteks Interneti kasutajateks, sest peaaegu kõikidel tegevustel on statistiliselt oluline seos teiste väljapakutud tegevustega. Tundub, et noored on erinevatele toimingutele avatud ja kui ühele meeldib rohkem suhelda, siis see ei tähenda, et ta muud ei teegi – üks tegevus ei välista teist.

4. JÄRELDUSED JA DISKUSSIOON

4.1. VASTUSED UURIMISKÜSIMUSTELE

Esimese uurimisküsimusega otsiti vastust küsimusele, milliseid tegevusi noored Internetis eelistavad: kas pigem praktilise väärtusega toiminguid, või selliseid, mis eeldavad ka nende aktiivsemat osalust autorina. Nagu selgus, on kooliõpilaste poolt kõige kasutatavamad tegevused Internetis meilide saatmine ning failide allalaadimine, millega tegeleb üle 80% vastanutest. Samuti osutusid populaarseteks tegevusteks otsingumootorite kasutamine ning jututubades/foorumites suhtlemine, mida teeb ligi kolmveerand vastanutest. Õpilaste poolt kõige aktiivsemalt kasutatavate tegevuste sagedused näitavad, et need on pigem igapäevased harjumused kui juhuslikud tegevused.

MeeMa 2005 tulemuste põhjal, kus olid vastajateks 15-19-aastased noored, selgus, et koguni 96% vastanutest saadab e-maile, ning üle poole neist tegeleb sellega iga päev. Kuna „Õpilane ja meedia 2005“ küsitluses osalesid ainult kooliõpilased, kelle vanus jäi vahemikku 11-18 eluaastat, siis võib nende väiksem meilide saatmise aktiivsus olla põhjendatud vanusega. Nimelt 14% 11-12-aastastest vastanutest märkis, et ei tegele üldse e-mailide saatmisega, samal ajal kui vanemates vanusegruppides oli nende hulk, kes ei saada elektronkirju, väiksem.

Nagu näitasid MeeMa 2005 tulemused, sõltub failide allalaadimine failitüübist. Kui „Õpilane ja meedia 2005“ ankeedis polnud failitüüpe lahti kirjutatud, siis MeeMa küsitluses oli, millest selgus, et noored laevad alla rohkem muusikafaile kui filme. Kui võrrelda kahte küsimustikku, oli sarnane lugu ka küsimusega, mis uuris, kas ja kui palju noored jututubades või foorumites suhtlevad. MeeMa küsitluses olid need tegevused eraldi küsimustena, ankeedis „Õpilane ja meedia 2005“ aga koos. Kui viimase järgi suhtleb ligi kolmveerand õpilastest jututubades ja foorumites, siis MeeMa 2005 tulemuste järgi suhtlevad jututubades umbes pooled vastanutest, foorumites seevastu ligi 70% noortest. Töö autori arvates on foorumi ja jututoa formaatide vahel oluline erinevus, mistõttu tuleks neid ka eraldi küsimustena esitada.

Veel osutusid kooliõpilaste seas populaarseteks tegevusteks piltide üleslaadimine, kommentaaride lugemine ning *online*-mängude mängimine. Kuigi suurem osa piltide üleslaadijatest teeb seda harvem kui nädalas korra, võib noorte aktiivne fotode avaldamine

olla tingitud populaarse suhtlusportaali rate.ee kasutamisest, mida külastab päevas umbes 35 000 6-14-aastast last (Emor 2005). Ankeedile „Õpilane ja meedia 2005“ vastajatest omab 73% isiklikku profiili tutvumisportaalil rate.ee. Seega on see hulk peaaegu võrdne nendega, kes laevad pilte Interneti. Piltide üleslaadimine on lihtne ja levinud tegevus, mis on noorte seas nii palju populaarsust kogunud arvatavasti rate.ee pärast. Kui mõned aastad tagasi kasutati veel skännereid, et paberkujul fotot arvutisse saada, siis nüüd on digitaalne fotoaparaat väga laialtlevinud (rohkem kui poolel küsimustikule vastanutel oli kodus või isiklik digifotoaparaat). Fotokunst nõuab samuti loovat mõtlemist, nagu ka veebilehe kujundamine või omaloomingu kirjutamine. Seega võib nende tulemuste põhjal öelda, et Internet on kasvatanud noorte huvi fotograafia vastu.

„Õpilane ja meedia 2005“ tulemustest selgus, et kõige vähem õpilasi tegeleb *online*-poodidest ostmisega (umbes kümnendik vastanutest). Samas Suurbritannia noortest otsib internetipoodidest tooteid koguni 40%. Nagu märkis Livingstone (2004), külastavad noored parema meelega kommertslikke kui poliitilisi lehekülgi. Seega võib selle tulemuse põhjal öelda, et Eesti noori pole veel jõutud kommertsilõksu püüda ja nad eelistavad teistsuguseid tegevusi Internetis. Kuigi ka teistsuguste lehekülgede külastamine on äri nende omanikele. Näiteks seesama rate.ee, mis teenib miljoneid kasumit noorte saadetud SMS-ide ja reklaamitulu pealt.

Ligi veerand õpilastest peab blogi, teeb oma kodulehekülge ning ligi viiendik laeb Interneti üles omakirjutatud jutte või luuletusi. Kolm viimast tegevust kuuluvad antud töös kategooriasse kasutaja-autorlusega avalikud tegevused. Seega võib nende tulemuste põhjal öelda, et suurem osa õpilasi eelistab pigem teistsuguseid toiminguid Internetis.

Ebapopulaarseimate tegevuste harrastajad teevad loetletud toiminguid pigem harva: nädalas korra või harvem. Oma blogi peab veerand õpilastest, neist üle poole täiendab seda nädalas mitu korda või praktiliselt iga päev. Nii igapäevane tegevus pole aga kodulehekülje täiendamine, veel harvem laevad õpilased Interneti üles omaloomingut. Ülejäänud ankeedis välja pakutud tegevusi (e-kaardi saatmine, failide vahetamine, mängimine jne) kasutavad küllaltki paljud kooliõpilased. Näiteks osutus üllatavaks tulemuseks, et ligi pooled õpilased laevad Interneti üles oma koolitöid.

Jyväskylä ülikooli kommunikatsiooniteadlaste (Hujanen & Pietikinen 2004) poolt läbi viidud uuringu tulemused näitasid, et 1999. aastal oli vaid 11% noortest soomlastest kasutanud võimalust Internetis kommenteerida, põhjendades seda sellega, et nad pole piisavalt pädevad oma arvamust avaldama ning muudavad kaasarääkimisega asjad segasemaks. Võrreldes põhjanaabrite tulemusega kommenteerivad Eesti noored julgelt: MeeMa 2005 andmetel kirjutab 15-19-aastastest noortest kommentaare koguni 67%, ning „Õpilane ja meedia 2005“ andmetel 57% vastanutest. Seega kasutavad siinsed noored aktiivselt võimalust kaasa rääkimiseks. Nagu selgus „Õpilane ja meedia 2005“ tulemustest, on kõige rohkem kommenteerijaid vanuses 11-16 eluaastat, kellest aktiivseimad on vanuserühmas 15-16 eluaastat. Kahe küsitluse võrdluses tegelevad 15-19-aastased kommenteerimisega rohkem kui 11-18-aastased, kusjuures „Õpilane ja meedia 2005“ tulemused näitasid, et kõige vähem on kommenteerijaid vanuserühmas 17-18 eluaastat. Üldiselt võib aga öelda, et suurem osa noortest võtab Internetis sõna ja arutleb uudiste üle, samal ajal kui Soome noored veel mõned aastad tagasi väga ettevaatlikult sellesse võimalusse suhtusid.

Kas see on hea, et paljud Eesti noored tegelevad Internetis kommenteerimisega? Võib-olla tõesti on Soome noorte ettevaatlikus rohkem põhjendatud kui suvaline arvamuse avaldamine. Enamus kommentaare on poriga loopimine, mille sisse on ära eksinud mõni asjalikum aramus. Ega ilmaasjata ole Eestis ette võetud samme, et kommenteerimisvabadust piirata (EPL keelas anonüümsed kommentaarid, arutletakse Delfi seaduse üle). Seega ei tähenda aktiivne osalus mingis tegevuses alati positiivset tulemust.

Samas, nagu on öelnud mitmed teoreetikud (Buckingham 2003; Livingstone 2002 jt), tähendab uue meedia keskkonnas arutlemine suuremat demokraatiat: enam pole vastuvõetav see, et vanemad räägivad oma laste eest. Kõikidel on võrdsed võimalused ja avatud ligipääs arutlemaks erinevate teemade üle. Kommentaaride kirjutamisega võrreldes tegeleb veel rohkem noori nende lugemisega. Seega kujundavad kooliõpilaste arusaamu ühiskonnas toimuvast ka kommentaarid, mis pole aga tihtilugu kõige õiglasemad. Sellepärast tuleks noortele õpetada kriitilist kirjaoskust ning oskuslikku ja kasutoovat eneseväljendust uue meedia keskkonnas. Sõnavabadus võib küll demokraatiat arendada, aga mitte sellisel kujul, et appi on vaja võtta vabadust piiravaid seaduseid, sest inimesed kasutavad neile antud vabadust kurjasti ära.

Saadud tulemuste põhjal võib öelda, et välja on kujunenud internetitegevused, millega paljud õpilased praktiliselt iga päev tegelevad: meilide saatmine ning failide allalaadimine. Küll aga ei saa päris selgelt välja tuua, kas õpilased eelistavad pigem kasutaja-autorlust nõudvaid tegevusi või muid toiminguid Internetis. See, et veerand õpilastest peab oma ajaveebi, pole sugugi kehv tulemus. Kui paar aastat tagasi ei teatud, mis asi see blogi on, siis nüüd võib öelda, et üha rohkem noori kasutab just ajaveebi enda mõtete väljendamiseks. Arvestades seda, et kõik pole luuletajad ega kirjanikud, on hea tulemus seegi, et ligi viiendik kooliõpilastest avaldab Internetis omakirjutatud jutte või luuletusi.

Oma kodulehekülje tegemine nõuab kasutajatelt ehk rohkem oskusi (spetsiaalsete programmide tundmist) kui internetipõhiste teenuste kasutamine. See võib olla ka üks põhjus, miks vaid 23% vastanud õpilastest peab oma veebilehte. Kellneri (2002) teooria järgi peab arvutikirjakeeleoskus sisaldama ka veebilehe ehitamise oskust. Tapscotti (1999) järgi kasutab netipõlvkond oma eeliseid, et ennast personaalsete veebilehtede kaudu väljendada. Käesoleva töö autori arvates on Internetis piisavalt erinevaid kanaleid, mille kaudu noortel on ennast võimalik väljendada ning esitleda. Näiteks võib mõnes populaarses portaalis kasutajaprofiil leida suuremat külastajaskonda kui tundmatu aadressiga kodulehekülg. Seega on ehk personaalse veebilehe roll vähenenud ning seda asendavad teised internetipõhised meediumid, mille kasutamine on mugavam ning eesmärgipärasem. Kuigi veebilehe ehitamise oskus on kindlasti eelis, ei takista selle oskuse puudumine kasutajatel ennast Internetis väljendama. Samal arvamusel pole Livingstone (2004), kes leidis, et arvutikasutamise oskuse lõhe on tingitud sellest, et enamus noori ei oska oma kodulehekülge teha.

Kooliõpilased on aktiivsed internetikasutajad, kes kasutavad erinevaid võimalusi enda väljendamiseks ning tegelevad ka teiste toimingutega. Käesoleva töö autor leiab, et saadud tulemuste põhjal võib tegevused jaotada laialtlevinuteks ning nendeks, mis alles ootavad suuremat kasutajaskonda ja levikut. Tundub, et õpilased võtavad internetitegevusi kiiresti omaks ja kasutavad neid julgelt. Samas pole kindlasti kõikide tegevuste (näiteks kõige vähemate õpilaste poolt kasutatav *online*-poodidest ostmine) sihtgrupp noored. Samas on koolinoored väga aktiivsed piltide üleslaadijad (ligi 70%) ning täiendavad selle tegevusega Internetti ka visuaalselt.

Seda, et noored on mitmekülgsed internetikasutajad, kinnitas ka tegevustevaheliste seoste vaatamine korrelatsioonitabeli abil. Nimelt selgus, et peaaegu kõikidel tegevustel on

statistiliselt oluline seos. Kuigi ilmnes ka see, et teatud tüüpi tegevuste vahel on tugevam seos. Näiteks failide vahetamine on väga tugevalt seotud failide allalaadimisega, aga omab nõrgemat seost teiste tegevustega. Meilide saatmine on tugevalt seotud e-posti nimistu pidamise ning e-kaartide saatmisega.

Noorim vanuserühm (15-19 eluaastat) kasutab Internetti rohkematel eesmärkidel kui vanemad inimesed. Internetist on noorte jaoks saanud multifunktsionaalne kanal, mille kõrval noorte traditsioonilise meedia kasutus väheneb (Vihalemm 2006). Seda trendi toetavad ka „Õpilane ja meedia 2005“ küsitluse tulemused, mille põhjal on erinevad internetitegevused omavahel seotud ja kooliõpilastest kasutajad tegelevad väga erinevate harrastustega. Kuna aga inimesed ja nende eelistused on erinevad, siis on teatud tüüpi tegevused omavahel rohkem seotud. Näiteks on tugevamalt seotud erinevad suhtlustegevused, omaloomingulised tegevused, toimingud failidega (alla- ja üleslaadimine), rahatoimingud (need õpilased, kes kasutavad internetipanka, ostavad suurema tõenäosusega ka *online*-poodidest ja tutvuvad teistest rohkem neid huvitavate kaupade hindadega). Seega joonistuvad välja teatud kasutajatüübid, kes kasutavad mingeid funktsioone Internetis aktiivsemalt.

Järgnevalt võrdles töö autor soo ja vanuse lõikes neid aktiivseid tegevusi Internetis, mis nõuavad kasutajapoolset panust sisusse, ehk nii avalikke kui privaatseid autorlust nõudvaid tegevusi. Nagu selgus, kasutavad tüdrukud rohkem võimalusi Internetis sisu loomiseks ja täiendamiseks. Näiteks oma blogi peab ligi 30% tüdrukutest ja umbes 20% poistest. Üllataval kombel ei erine aga poiste ja tüdrukute isikliku veebilehe tegemise aktiivsus – võrdselt 23% tüdrukuid ja poisse tegeleb oma kodulehega, kuigi üldlevinud arvamuse järgi on poistel paremad arvutikasutamise oskused. Sama arvasid ka peaaegu pooled „Õpilane ja meedia 2005“ küsitluse täitnud kooliõpilased, kes nõustusid esitatud väitega: „On loomulik, et poisid oskavad arvutit paremini kasutada kui tüdrukud“. Leian, et arvuti erinevate funktsioonide kasutamine eeldab kasutaja huvi, mille korral on kõike võimalik õppida, olenemata soost.

Peaaegu võrdselt tegelevad poisid ja tüdrukud *online*-kommentaaride kirjutamise ning jututubades või foorumites suhtlemisega. Küll aga on tüdrukud aktiivsemad näiteks koolitööde või omaloomingu Internetti üleslaadimisel. Samuti tegeleb ligi 80% tüdrukutest piltide üleslaadimisega, mida teeb vaid 60% poistest.

Tüdrukud on aktiivsemad ka kasutaja-autorlust nõudvate tegevuste juures, mille tulemus pole kõikidele kasutajatele nähtav. Neiud saadavad rohkem elektronkirju kui noormehed: 91% tüdrukutest ning 78% poistest tegeleb sellega. Samuti meilivad tüdrukud sagedamini, sest suurem osa neist tegeleb sellega igapäevaselt või mitu korda nädalas, samal ajal kui poiste vastustes domineeris see, et nad saadavad e-kirju nädalas korra või harvem. 52% tüdrukutest tegeleb ka e-kaartide saatmisega, mida teeb ligi 20% vähem poisse. Antud tegevuste kategoorias tuli välja ka kaks tegevust, millel oli rohkem meessoost kasutajaid: SMS-ide saatmine ning failide vahetamine spetsiaalsete programmidega, viimasega tegeleb üle 20% vähem tüdrukuid.

„Õpilane ja meedia 2005“ tulemuste põhjal võib öelda, et tüdrukud kasutavad aktiivsemalt kasutaja-autorlusega tegevusi Internetis. Kusjuures sama tulemuseni jõudis töö autor ka seminaritöös „Autorlus ja toimetamine noorterubriikides Delfi ja Hot näitel“ (Beljajev 2006), kus otsiti vastust küsimusele, kes avaldavad oma mõtteid noorteleheküljel ilmunud lugudes. Intervjuust Delfi Noorteka toimetajaga selgus, et portaalil on umbes 7 püsiautorit, kellest 5 on naissoost. Kontentanalüüsi põhjal tuli välja, et Hot Noortekasse kirjutasid peamiselt tüdrukud: 22 autorit 28-st olid naissoost, 2 meessoost ning nelja kirjatüki autori sugu polnud märgitud ega ilmnunud ka teksti sisust.

Kui vaatasin seminaritöö raames Hot Noortekas ilmunud tekste, mille autoriks olid enamasti tüdrukud, siis nende põhjal võib öelda, et neiud otsisid avalikult lahendust oma probleemidele (teemadest domineerisid suhte probleemid). Tundub, et tüdrukud on rohkem valmis isiklikel teemadel kirjutama. Kuna suurem osa blogidest ja omaloomingust on samuti isiklikud, siis võib-olla tuleneb poiste väiksem aktiivsus sellest, et nad ei julge enda muresid avaldada. Kuigi samas on ka palju teematilisi foorumeid, mille seast võib igaüks midagi leida. Üldiselt arvan, et poisid ja tüdrukud on loomult erinevad, või vähemalt on ühiskond ette seadnud teatud käitumisnormid. Samas rõhutatakse pidevalt ka soolist võrdõiguslikkust, mis arvatavasti vähendab meeste- ja naistevahelisi erinevusi. Eks seda peegeldab mingil määral ka tulemus, et võrdselt palju tüdrukuid ja poisse teeb oma kodulehekülge, kuigi üle poolte vastanud õpilastest nõustus väitega, et poistel on paremad arvuti kasutamise oskused. Leian, et oskustest on määravam huvi.

Ankeetküsitlusele „Õpilane ja meedia 2005“ vastanute vanus jäi vahemikku 11-18 eluaastat, millest töö autor moodustas võrdlemiseks neli vanuserühma. Enamus kasutaja-autorlusega

tegevuste juures ilmnes tendents, et vanemad õpilased tegelevad Internetis loovate tegevustega vähem kui kõige nooremad - vanuserühm 11-12 eluaastat. Näiteks tegeleb blogimisega kõige rohkem õpilasi 11-12-aastaste seas (36%), samal ajal kui seda teeb 30% 13-14-aastastest, 21% 15-16-aastastest ning kõigest 13% 17-18-aastastest. Seega väheneb kooliõpilaste blogimise aktiivsus vanuse kasvades. Sama tulemus oli ka teiste tegevuste osas nagu kodulehe tegemine (noorimast vanuserühmast tegeleb sellega 33%, vanimast aga 14%), omaloomingu üleslaadimine, e-kaartide saatmine. Küll aga oli paar tegevust, mille juures ületasid 17-18-aastased vastajad nooremaid vanuserühmi: meilide saatmine ning failide vahetamine spetsiaalsete programmidega. Viimane tegevus on ühtlasi selline, mida poisid tüdrukutest rohkem teevad.

Mis võib olla selle põhjuseks, et nooremad õpilased on aktiivsemad tekstide loojad ja avaldajad Internetis? Arvan, et nooremad kasutavad rohkem kasutaja-osalusega tegevusi, sest nad otsivad ennast nende kaudu. 17-18-aastastel õpilastel võivad olla juba välja kujunenud harjumused Internetis ja nad ei igatse uusi võimalusi enda väljendamiseks. Samas leian, et selline tendents tuleb noortele hilisemas eas kasuks. Kui nad praegu õpivad ja on võimelised valmistama näiteks oma veebilehte, siis enda otsimise kaudu nad ka arendavad oma arvutikasutamise oskusi.

Nagu ühes hiljuti läbi viidud uurimuses (Valkenburg et al. 2005) viidati, on eel ja varajases teismeeas ebastabiilne minapilt, mis muudab selle perioodi soodsaks identiteedi eksperimentide jaoks. Nagu uurimistulemustest selgus, kasutasid 9-12-aastased sagedamini katseid enda minapildi leidmiseks kui vanemad vanuserühmad. Kokku küsitleti 600 noort vanuses 9-18 eluaastat. Nooremad kasutasid identiteediekspimente, et aidata kaasa sotsiaalsetele suhetele. Need tulemused olid kooskõlas ka uurimustega noorte sõprusest, mille järgi varajases teismeeas tõuseb järsult sõprade arv. Hilisemas teismeeas kujunevad noortel välja kindlamad sõbrad. Uurimistulemused näitasid, et Internet võib mängiga tähtsat rolli noorte identiteedi otsinguil (Valkenburg et al. 2005). Sellest tulenevalt võivad nooremad õpilased olla aktiivsemad osalejad Internetis.

4.2. MEETODI KRIITIKA

Et saada paremat ja täpsemat ülevaadet noorte kasutaja-autorlusega tegevusest Internetis, peaks koostama uue küsimustiku, mis ainult sellele küsimusele keskenduks. Käesolevas töös kasutati ankeetküsitluses „Õpilane ja meedia 2005“ üht küsimusteblokki: „Mida ja kui sageli Sa teed Internetis?“, milles välja pakutud tegevuste hulgas puudujääke Näiteks see, et küsitluses olid jututuba ja foorum ühtse tegevusena küsitud, kuigi need on erinevad tegevused. Samuti polnud antud küsimusteblokis kõikvõimalikke tegevusi (nt kiirteadete vahetamine, Internetis hääletamine jne) välja toodud. Ka oleks võinud olla lisaküsimusi, mida õpilased uue meedia keskkonnas sõna võtmise võimalustest arvavad, kas neil on piisavalt oskusi, teadmisi ja motivatsiooni nende kasutamiseks.

Antud meetodiga oli uurimisküsimuste esitamine väga piiratud. Kui sama uurimisteemaga jätkata, siis võiks käesolevas töös saadud tulemusi kasutada vaid stardipakuna. Kindlasti oleks saanud teemat paremini arendada viies läbi süvaintervjuusid, vaatlust või vastavalt fookusele ise küsitlusankeeti koostades. Kuigi iga meetodi kasutamisel võib ette tulla tõrkeid, annab kindlasti paremaid tulemusi eraldi meetodi välja töötamine, kui teatud suurema uurimistöö raames kogutud empiiriliste andmete töötlus.

Mõningaid probleeme tekitas töö autorile olematu kogemus suure hulga andmete töötlemisel. Kindlasti oleks saanud korralike eelteadmistega andmetöötlusprogrammidest paljusid tulemusi lihtsamalt kokku võtta ja neid töös paremini esitada. Antud juhul käis õppimine töö käigus, mis on isiklikust seisukohast kasulik, aga ei pruugi anda kõige selgemat ülevaadet erinevatest tulemustest.

4.3. VÕIMALIKUD EDASIARENDUSED

Kui uurida noorte loovaid ja osalevaid internetitegevusi, siis võiks rohkem pöörata tähelepanu sellele, kuidas noored oma arvamust avaldavad (kas vastavad internetiküsitlustele, millistel lehekülgedel kommenteerivad jne). Sealjuures peaks aga otsima vastust küsimusele, miks noored Internetis sõna võtavad. Selge on see, et peaaegu kõigil on ligipääs veebi, aga mis eesmärkidel kooliõpilased seda kasutavad, pole täpselt teada. Antud uurimistöö tulemusena selgus küll see, milliseid tegevusi noored uue meedia keskkonnas eelistavad ja kes on aktiivsemad sisu täiendajad, aga selgusetuks jäid noorte motiivid. Seega oleks edaspidi huvitav uurida põhjalikumalt, miks noored Internetis näiteks blogi peavad. Samuti võiks

uurida, kas kooliõpilased peavad oma oskusi piisavaks, et luua oma kodulehekülge, kirjutada kommentaare, laadida Internetti üles omaloomingut või koolitöid: kui oluliseks nad enda aktiivset osalust ja eneseväljendamise võimalusi uue meedia keskkonnas peavad. Need on mõned küsimused, millele võiks keskenduda edasistes uurimistöodes.

Nagu mitmed teoreetikud väidavad (Livingstone 2002; Kellner 2002; Buckingham 2003), tuleb see, et noored saavad Internetis kaasa rääkida, kasuks demokraatia arengule. Seega võiks uurida ka, kui suurt huvi tunnevad Eesti noored poliitika vastu ja kuidas nad saaksid uute tehnoloogiate abil rohkem poliitilises otsustusprotsessis osaleda: kas siinsel internetimaastikul on üldse poliitilisi foorumeid, mis kutsuksid ka noori neis sõna võtma.

Kui aga jätkata „Õpilane ja meedia 2005“ tulemuste analüüsi, peaks õpilaste tegevusi uuriva küsimustebloki juures läbi viima kasutajatüüpide analüüsi faktor- ja klasteranalüüsi meetodil.

KOKKUVÕTE

Käesoleva bakalaureusetöö ülesandeks oli uurida, kui aktiivselt kooliõpilased erinevaid kasutaja-osalusega tegevusi Internetis harrastavad, samuti võrrelda Eesti noorte aktiivsete internetitegevuste harrastamist mõne välismaa uurimuse tulemustega. Töö peamiseks empiiriliseks materjaliks oli küsitluse „Õpilane ja meedia 2005“ küsimusteblokk, mis uuris noorte tegevusi Internetis. Andmete analüüsimiseks jagas töö autor küsitluses välja pakutud tegevused aktiivseteks ja passiivseteks. Aktiivsed tegevused on need, mis nõuavad kasutajalt enne teistega jagamist millegi loomist. Alljärgnevalt tuuakse ära vastused uurimisküsimustele ning peamised järeldused:

- Õpilased on mitmekülgsed internetikasutajad ning suur osa õpilasi tegeleb mitme tegevusega aktiivselt. Noorte huvi erinevate harrastuste vastu kinnitas ka tegevustevaheliste seoste vaatamine, mis näitas, et peaaegu kõikidel tegevustel on oluline omavaheline seos. Seega on koolinoored avatud erinevatele võimalustele, mida uue meedia keskkond neile pakub.
- Kõige populaarsemad toimingud veebis Eesti koolinoorte seas (millega tegeleb vähemalt 70% vastanutest) on meilide saatmine, failide allalaadimine, otsingumootorite kasutamine, jututubades/foorumites suhtlemine, piltide üleslaadimine, *online*-kommentaaride lugemine.
- Noored kasutavad tunduvalt vähem (alla veerandi õpilastest) selliseid võimalusi nagu oma blogi pidamine, kodulehekülje tegemine või omaloomingu üleslaadimine. Seega eelistab väiksem osa õpilastest tegevusi, mis eeldab nende isiklikumat laadi loomingu avaldamist (luuletus, jutt ajaveebi, tekst kodulehele). Kuigi ka näiteks fotode üleslaadimine nõuab kasutajalt mingi materjali tekitamist enne teistega jagamist, nagu ka e-maili saatmine. Järelikult on laialtlevinud tegevuste seas nii aktiivseid kasutaja-osalusega tegevusi, kui ka teisi, rohkem praktilise väärtusega toiminguid. Kuid siiski pole kasutaja-autorlust nõudvad avalikud tegevused noorte seas väga levinud, mistõttu teised internetikasutajad õpilaste loominguist eriti osa ei saa.

- Selgus, et tüdrukud on peaaegu kõigis kasutaja-autorlusega tegevustes aktiivsemad kui poisid. Rohkem neidusid peab oma blogi, laeb netti üles omakirjutatud jutte või luuletusi, pilte ja koolitöid. Peaaegu võrdselt tegelevad poisid ja tüdrukud jututubades ja foorumites sõna võtmisega, *online*-kommentaaride kirjutamisega ning kodulehekülje tegemisega. Seega ei erine poiste ja tüdrukute internetitegevused isegi oma veebilehe valmistamise osas, mis nõuab paremat arvutikasutamise oskust.
- Nooremad õpilased (11-14) täiendavad Interneti sisu usinamalt oma tekstide ja muu loominguga, võrreldes vanemate vanuserühmadega (15-18), kusjuures kõige aktiivsemad õpilased on kõige nooremas vanuserühmas - 11-12 eluaastat. Ilmnes ka tendents, et vanuse kasvades kasutaja-autorlusega tegevuste aktiivsus langeb. Seega on üha olulisem noortele koolis õpetada, kuidas kriitiliselt uue meedia sisu tarbida ja ise luua. Selle tulemuse põhjal võib ka järeldada, et hilisemas eas on tänapäeva lapsed oskuslikud arvutikasutajad, kui nad juba praegu aktiivselt erinevaid tegevusi katsetavad ja nende kaudu õpivad.

Käesolev töö annab kindlasti mitmesuguseid mõtteid edasiarendusteks. Näiteks üks võimalik edasiarendus on viia kooliõpilastega läbi süvaintervjuusid, et saada selgust nende motiividest Internetis sõna võtta ja samas võiks uurida, kui piisavaks nad peavad enda oskusi ja teadmisi, et oma mõtteid ja loomingut teistega jagada. Teine võimalus on keskenduda noorte poliitisele osalusele uue meedia keskkonnas, sest üha kasvav ligipääs Internetti peaks muutma ka noori aktiivsemaks enda vajadustest rääkimisel.

SUMMARY

SCHOOLCHILDREN AS AUTHORS ON THE INTERNET

Key words: young people, the Internet, age and gender differences, interactive media use, content creation and participation.

Many schoolchildren use the Internet for different activities: to play, to communicate, to learn. The Internet is a new communication channel, which also enables the users to be creative and to publish all kind of material (text, files, photos, webpage).

This work is important because it studies how actively young people take part of creative activities in the cyberspace. Almost all schoolchildren have an access to the Internet (at school or at home), but it is not exactly known how much they use it for self-expression. The purpose of this work is to research which activities young people prefer on the Internet. Some activities (for example weblogs, online-commenting, etc.) assumes that the user creates something before he or she shares it with others. So anyone has an opportunity to become an author on the Internet.

The empirical material of the study is based on the results of the questionnaire „Pupil and the Media 2005“. The author focused on the questions about the activities on the Internet. The main results of this study are:

- Estonian schoolchildren are versatile users of the Internet. The most popular activities among young people are sending e-mails (85%), downloading files (82%), seeking for information (75%), communication in the chatrooms/forums (73%) and uploading photos (70%).
- Much less schoolchildren use the opportunities to express themselves through the weblogs (25%), personal homepages (23%) or uploading poems and stories that they have written (18%). So young people prefer activities where it is not needed to be very creative.
- A comparison of boys' and girls' interactive use of new media showed that girls use more activities, which assume creating something before sharing it with others. For example, less boys have their own weblog. It is also interesting that boys and girls

make their homepages equally. So there are no gender differences in activities that require more advanced computer skills.

- Younger children use more opportunities to express themselves on the Internet. The results showed that children between 11-12 years are the most active users of the Internet. However, schoolchildren between 17-18 years do not use the opportunities to create the content on the Internet so actively.

One alternative possibility to expand this research is to make qualitative interviews with pupils to find out their motives to produce the content on the Internet. Creative Internet usage is a very interesting research object and there are many standpoints to deal with this topic. This work raised several questions for future research.

KASUTATUD KIRJANDUS

1. Beljajev, K. (2006). *Autorlus ja toimetamine internetiportaalide noorterubriikides Delfi ja Hot näitel*. Seminaritöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.
2. Buckingham, D. (2003). *Media education: literacy, learning and contemporary culture*. Cambridge: Polity Press.
3. Emor. (2005). Veebilehtede kasutamine kevadel 2005.
<http://www.emor.ee/arhiiv.html?id=1352>. Vaadatud 5. aprillil 2006.
4. Hujanen, J. & Pietikinen S. (2004). *Interactive uses of journalism: crossing between technological potential and young people`s news-using practices*. New Media & Society, 2004, Vol6, 383-401.
5. Kellner, D. (2002). *New Media and New Literacies: Reconstructing Education for the New Millennium*. Handbook of New Media. Social Shaping and Consequences of ICTs. Edited by Lievrouw, L.A., Livingstone, S. (2002). London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 90-105.
6. Kress, G. (2003). *Literacy in the New Media Age*. London and New York: Routledge.
7. Leimivaba Interneti eest! (2006).
<http://www.leim.ee/full.php>. Vaadatud 7. aprillil 2006.
8. Lievrouw, L.A., Livingstone, S. (2002). *Handbook of New Media. Social Shaping and Consequences of ICTs*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 5-8.
9. Linnamäe, T. (2005). *Tartu noorte infoportaali loomine*. Bakalaureusetöö. Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu.
10. Livingstone, S. (2002). *Young people and new media: Childhood and the changing media environment*. London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications.

11. Livingstone, S. (2004). *Interactivity and participation on the internet: Young people's response to the online invitation to engage in the civic sphere*. London: London School of Economics and Political Science.
http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/pdf/SLstaff_page/Interactivity_and_online_participation_for_Dahlgren_book.pdf. Vaadatud 21. mail 2006.
12. Livingstone, S., Bober, M., Helper, E.J. (2004). *Active participation or just more information? Young people's take up of opportunities to act and interact on the internet*. London: London School of Economics and Political Science.
http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/pdf/SLstaff_page/ICS_article_287_Active_participation_or_just_more_information.pdf. Vaadatud 18. mail 2006.
13. Livingstone, S., Bober, M. (2005). *UK Children Go Online*. Final report of key projekt findings.
<http://www.lse.ac.uk/collections/children-go-online/UKCGOfinalReport.pdf>. Vaadatud 18. mail 2006.
14. Mazzarella, Sharon R. (ed). (2005). *Girl wide web. Girls, the Internet, and the Negotiation of Identity*. Peter Lang Publishing: New York, Washington DC, Baltimore, Bern, etc.
15. McQuail, D. (2003). *McQuaili massikommunikatsiooni teooria*. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus.
16. Meikle, G. (2002). *Future Active. Media Activism and the Internet*. New York, USA: Routledge in association with Pluto Press Australia Pty Ltd.
17. Mina. Maailm. Meedia. (2005). TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond.
18. Pullerits, P. (2005). *Meediaarvustus: Hukatuslik optimism*. Postimees, 31. november.
19. Rice, R. E. (2002). *Primary Issues in Internet Use: Access, Civic and Community Involvement, and Social Interaction and Expression*. Handbook of New Media. Social

Shaping and Consequences of ICTs. Edited by Lievrouw, L.A., Livingstone, S. (2002). London, Thousand Oaks, New Delhi: SAGE Publications, 105-131.

20. Tapscott, D. (1998). *Growing up digital : the rise of the net generation*. New York [etc.] : McGraw-Hill.

21. Tiigrihüpe SA (2004).

http://www.tiigrihype.ee/publikatsioonid/tiiger_luubis_2004/TL2004.pdf. Vaadatud 29. märtsil 2006.

22. Valkenburg, P.M., Schouten, A.P., Peter, J. (2005). *Adolescents' identity experiments on the internet*. Amsterdam School of Communications Research. New Media & Society, 2005, Vol7, 383-402.

23. Vengerfeldt, P., Runnel, P. (2004). *Uus meedia Eestis*. Rmt. Vihalemm, P. (toim.). Meediasüsteem ja meediakasutus Eestis 1965-2004. Tartu: Tartu Ülikooli Kirjastus, 233-241.

24. Vihalemm, P. (2006). *Media Use in Estonia. Trends and Patterns*. Nordicom Rewiev 27 (2006).

http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/226_vihalemm.pdf. Vaadatud 5. aprillil 2006.

9. LISAD

9.1. LISA 1. KÜSITLUSE “ÕPILANE JA MEEDIA 2005“ METOODIKA KIRJELDUS (Koostanud Veronika Kalmus)

1. Küsimustiku valmimine, küsitluse käik

Küsitlust „Õpilane ja meedia 2005“ hakati TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonnas ette valmistama 2005. aasta kevadel. Uurimisrühma kuulusid (tähestikulises järjekorras) Veronika Kalmus, Margit Keller, Epp Lauk, Pille Runnel, Andra Siibak ja Kadri Ugur. Ankeedi koostamisel lähtuti osaliselt küsimustikust, mida analoogses, 2001. a. novembris ja 2002. a. oktoobris läbi viidud uurimuses, kasutas Epp Lauk; osa küsimusi asendati uurimiseesmärkidest tulenevalt uutega.

Küsimustiku koostamisel tuli arvestada sellega, et ankeedi täitmiseks on õpilastel aega üks koolitund (rohkemaks poleks õnnestunud koolidelt luba saada). Ankeet koosnes 43 küsimusest (256 indikaatorist), mis olid jagatud järgmistesse suurematesse blokkidesse: meediakasutus ja infoallikad; arvuti ja Internet; reklaam ja kaubamärgid.

Ankeet koostati eesti keeles, selle tõlkis vene keelde Valeria Jakobson.

Küsitlus toimus 26. septembrist kuni 20. oktoobrini 2005. Küsitlejaid oli 12, neist enamus TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakonna töötajad, kraadiõppurid või üliõpilased.

2. Valim

Uurimuse üldkogumi moodustasid Eesti päevase õppega üldhariduskoolide õpilased, kokku 183 951 inimest (Haridus- ja Teadusministeeriumi andmed seisuga 10. september 2004).

Planeeritud valimi suurus oli 1000 õpilast. Valimi moodustamisel lähtuti järgmistest kitsendustest ja kriteeriumidest: (1) küsitletakse 12-18-aastaseid õpilasi (tulenevalt antud uurimusega samaaegselt läbi viidud rahvusvahelise uuringu Mediapro valimi piirangutest ning võrreldavusest 2001.-2002. a. õpilasküsitlusega); (2) kuna õpilaste üldkogumi täpne vanuseline jaotus pole ametliku statistika vahendusel kättesaadav, lähtutakse vanuseliste proportsioonide hindamisel elanikkonna vanuselisest jaotusest Eesti Statistikaameti andmetel; (3) valimi proportsionaalsust üldkogumi suhtes taotletakse õppekeele (eesti vs vene), soo ning Eesti piirkondade keskmise elatustaseme (piirkonnad keskmise sissetulekuga pereliikme kohta alla 75% Eesti keskmisest vs piirkonnad keskmise sissetulekuga pereliikme kohta vähemalt 75% Eesti keskmisest) osas.

Tabel 1. Küsitluse „Õpilane ja meedia 2005“ üldkogum, planeeritud valim ja tegelik valim

	Üldkogum*		Planeeritud valim		Tegelik valim	
	Arv	%	Arv	%	Arv	%
Kokku	183951	100	1000	100	948	100
Õppekeel						
Eesti	141421	76,9	769	76,9	735	77,5
Vene	42530	23,1	231	23,1	213	22,5
Piirkond leibkonnaliikme keskmise sissetuleku alusel						
Alla 75% Eesti keskmisest (2002. a. Ida-Virumaa, Jõgevamaa, Põlvamaa)	30563	16,6	166	16,6	141	14,9
Vähemalt 75% Eesti keskmisest	153388	83,4	834	83,4	807	85,1
Sugu						
Poisid	91791	49,9	499	49,9	445	46,9
Tüdrukud	92160	50,1	501	50,1	493	52,0
Vanus (elanikkonna jaotuse alusel)						
12-14	58826	40,7	407	40,7	424	44,7
15-16	43829	30,3	303	30,3	295	31,1
17-18	41906	29,0	290	29,0	210	22,2

* Seisuga 10.09.04 (õpilaste arv ning jaotus õppekeele, piirkonna ja soo lõikes) ja 01.01.05 (elanikkonna jaotus vanuse lõikes); allikad: Haridus- ja Teadusministeerium ning Eesti Statistikaamet.

Esmalt valiti Eesti päevase õppega üldhariduskoolide nimekirja alusel välja koolid, võttes arvesse õppekeele ja piirkonna elatusaseme kriteeriumi (proportsionaalsust üldkogumi suhtes) ning suuremate linnade esindatust. Pärast läbirääkimisi koolidega jäi valimisse 11 kooli üle Eesti (kolmelt algselt väljavalitud koolilt ei saadud nõusolekut, mistõttu kaks kooli asendati sama õppekeelega koolidega vastavast piirkonnast ning ühe kooli õpilaste küsitlemisest loobuti).

Koolides küsitletavad klassid valiti välja, võttes arvesse õpilaste vanuse kriteeriumi (proportsionaalsust elanikkonna vanuselise jaotuse suhtes).

Ankeetküsitluse täitis 948 õpilast vanuses 11-18 eluaastat. Tegelik valimi vastavus planeeritud valimile oli kooliküsitluse eripära arvestades hea (vt Tabel 1), mistõttu valimit ei kaalutud.

9.2. LISA 2. KÜSITLUSE „ÕPILANE JA MEEDIA 2005“ ANKEET

Lugupeetud õpilane!

Palume Sind vastata käesoleva ankeedi küsimustele ning olla seega osaline üle-Eestilises uurimuses “Noored ja meedia”. Uurimuse viib läbi Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond. Küsitluse eesmärgiks on saada ülevaade Eesti kooliõpilaste meediahuvist ja –kasutusest, eriti arvuti ja Internetiga seotud huvidest. Küsitluse tulemused aitavad saada ideid, kuidas edendada meediaõpetust Eesti koolides.

Vastamine ei ole raske: enamikul juhtudel on küsimuste järel toodud ka võimalikud vastusevariandid ning Sul tuleb vaid sobivaima variandi juures olevale numbrile ring ümber tõmmata. Kui ükski pakutud variantidest ei sobi, palume õige vastus vabas vormis juurde kirjutada. Pole midagi katki, kui juhtud vastates eksima. Tõmba vale vastus julgelt maha ning märgi või kirjuta uus – õige vastus.

Palume, et oleksid küsimustiku täitmisel aus ja täpne – sellest sõltuvad uurimistöö tulemused. Küsimustiku vastused on anonüümsed ja neid kasutatakse ainult uurimuse eesmärkidel.

Loodame Sinu heatahtlikule ja tõsisele koostööle ankeedi täitmisel. Aitäh!

Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond (tel 7 375 878)

ANKEET

Sissejuhatuseks mõned küsimused Sinu kooli, kodu ja Sinu enda kohta.

1. Sinu kooli nimi on _____

2. Sa õpid _____ klassis

3. Sa oled...

1 Noormees

2 Neiu

4. Kui vana Sa oled? _____ aastat

5. Kes elab koos Sinuga? Märgi kõik sobivad vastused.

1 Ema

2 Isa

3 Õde (õed)

4 Vend (vennad)

5 Mõni vanavanematest

6 Mõni teine pereliige või sugulane

7 Elan ükski

6. Mitu last on teie peres (Sinuga kokku)? _____

7. Kas Sul on kodus olemas... (Märgi kõik sobivad vastused.)

	On kodus olemas	See on mul isiklik
1 Televiisor	1	2
2 Raadio	1	2
3 CD-Pleier	1	2
4 Videomakk	1	2
5 Muusikakeskus	1	2

6 Lauaarvuti	1	2
7 Sülearvuti	1	2
8 Playstation	1	2
9 Mobiiltelefon	1	2
10 DVD-Mängija	1	2
11 Digifotoaparaat	1	2
12 Videokaamera	1	2
13 Internetiühendus	1	2

8. Kui Sul on kodus internetiühendus, siis kas see on...

- 1 Sissehelistamisega ühendus
- 2 Püsiühendus
- 3 Meie kodus kahe või enama arvuti vahel jagatud püsiühendus (nt WiFi-ruuteri abil)

9. Kuidas hindad oma inglise keele oskust?

- 1 Väga hea
- 2 Keskmine
- 3 Kehv
- 4 Ei oska öelda, pole õppinud

10. Mis oli Sinu eelmise aasta hinne järgmistes õppeainetes?

- 1 Eesti keel
- 2 Vene keel
- 3 Matemaatika
- 4 Võõrkeel
- 5 Ajalugu

MEEDIAKASUTUS JA INFOALLIKAD

11. Milliseid ajalehti/ajakirju loetakse Sinu kodus ja milliseid loed ka ise? Märki ka need, mida pole tellitud, vaid mida tuuakse koju või mida loed juhuslikult.

	On kodus olemas	Loen ka ise
1 Postimees	1	2
2 Eesti Päevaleht	1	2
3 SL Õhtuleht	1	2
4 Maaleht	1	2
5 Eesti Ekspress	1	2
6 Äripäev	1	2
7 Maakonnaleht (nt Sakala, Koit)	1	2
8 Kroonika	1	2
9 Naisteajakirjad	1	2
10 Terviseajakirjad	1	2
11 Kodu- ja pereajakirjad	1	2
12 Noorteajakirjad	1	2
13 Vesti Dnja	1	2
14 Molodjož Estonii	1	2
15 Denj za Dnjom	1	2

16 MK Estonia	1	2
17 Mõni muu (täpsusta)	1	2

12. Mitu raamatut oled Sa lugenud läbi viimase kahe kuu jooksul?

- 0 mitte ühtegi
- 1 ühe
- 2 kaks
- 3 kolm
- 4 rohkem

13. Mitu tundi päevas kulub Sul tavaliselt...

	Mitte üldse	Alla 1 tunni	1-2 tundi	3 tundi	Üle 3 tunni
1 Televisori vaatamiseks	1	2	3	4	5
2 Raadio kuulamiseks	1	2	3	4	5
3 Ajalehtede-ajakirjade lugemiseks	1	2	3	4	5
4 Raamatute lugemiseks	1	2	3	4	5
5 Internetile	1	2	3	4	5
6 Õppimisele kodus	1	2	3	4	5
7 Spordile, hobidele	1	2	3	4	5
8 Majapidamistöodele	1	2	3	4	5

14. Kelle või mille poole Sa pöördud, kui vajad infot või abi koolitöös?

	Enamasti	Vahete-vahel	Mitte kunagi
1 Ema või isa	3	2	1
2 Õde või vend	3	2	1
3 Mõni õpetaja	3	2	1
4 Sõber, sõbrad	3	2	1
5 Internet	3	2	1
6 Raamatud, teatmikud	3	2	1
7 Ajalehed-ajakirjad	3	2	1

15. Kelle või mille poole Sa pöördud, kui vajad nõu või abi seoses isiklike või suhteprobleemidega?

	Enamasti	Vahete-vahel	Mitte kunagi
1 Ema või isa	3	2	1
2 Õde või vend	3	2	1
3 Mõni õpetaja	3	2	1
4 Sõber, sõbrad	3	2	1
5 Internet	3	2	1
6 Ajakirjad, raamatud jms	3	2	1

16. Kelle või mille poole Sa pöördud, kui vajad uudiseid, igapäevast infot?

	Enamasti	Vahete-vahel	Mitte kunagi
1 Raadio	3	2	1
2 Televisior	3	2	1
3 Ajalehed-ajakirjad	3	2	1
4 Internet	3	2	1
5 Sõbrad, tuttavad	3	2	1

17. Mille poole pöördud kõigepealt, kui tahad...

	Televiisor	Raadio	Ajalehed-ajakirjad	Internet/arvuti	Raamatud
1 Puhata	1	2	3	4	5
2 Meelt lahutada	1	2	3	4	5
3 Leida midagi põnevat	1	2	3	4	5

18. Millisena tunduvad Sulle järgmised tegevused? Märki kõik Sulle sobivad variandid.

	kasulik	huvitav	hariv	lõbus	igav	raske	Mõttetu
1. Ajalehe lugemine on Sinu jaoks...	1	2	3	4	5	6	7
2. Internetis tegutsemine on Sinu jaoks....	1	2	3	4	5	6	7

19. Kui usaldusväärne on Sinu arvates järgmiste inimeste käest või meediakanalistest saadud info, nõuanded, näpunäited?

	Piisa-valt usaldusväärne	Usaldan üldiselt, kuid kontrollin ka mujalt	Ei ole kuigi usaldusväärne	Ei ole üldse usaldusväärne	Ei oska öelda
1 Oma pereliikmed	5	4	3	2	1
2 Sõbrad	5	4	3	2	1
3 Õpetajad	5	4	3	2	1
4 Internet	5	4	3	2	1
5 Ajalehed-ajakirjad	5	4	3	2	1
6 Televisioon	5	4	3	2	1
7 Raadio	5	4	3	2	1
8 Teatmekirjandus	5	4	3	2	1
9 Kooliõpikud	5	4	3	2	1

20. Kui hästi Sa oled kursis...

	Väga hästi	Pigem hästi	Ei tea, raske öelda	Pigem kehvasti	Väga kehvasti
1 Oma kodukohas toimuvaga	5	4	3	2	1
2 Eestis toimuvaga	5	4	3	2	1
3 Maailmas toimuvaga	5	4	3	2	1

ARVUTI JA INTERNET

21. Milliseks hindad oma arvutikasutusoskusi?

- 5 Väga hea
- 4 Hea
- 3 Keskmine
- 2 Vähene
- 1 Ei oska peaaegu üldse

22. Kui tihti Sa kasutad Internetti...

	Prakti- liselt iga päev	Paar- kolm korda nädala- las	Kord nädala- las	Harve-mini	Üldse mitte
1 Koolis	5	4	3	2	1
2 Kodus	5	4	3	2	1
3 Avalikus Internetipunktis, internetikohvikus, WiFi levialas	5	4	3	2	1
4 Sõprade või sugulaste juures, isa või ema töökohas	5	4	3	2	1

23. Mis Sinu arvates on Sulle takistuseks Interneti kasutamisel? Märki kõik sobivad variandid.

- 1 Koolis pole piisavat ligipääsu arvutitele
- 2 Kodus puudub internetiühendus
- 3 Kodune internetiühendus on aeglane ja ebakindel
- 4 Koduarvutit kasutab enamasti mõni teine pereliige
- 5 Sissehelistamise kõrge hind
- 6 Ebapiisav inglise keele oskus
- 7 Internet ei paku huvi
- 8 Ajapuudus
- 9 Ei ole midagi, mis takistaks

24. Kui sageli otsid Internetist infot järgmiste teemade kohta?

	Sageli, regulaarselt	Mõnikord	Väga harva	Üldse mitte
1 Kuulsused (lauljad, näitlejad jne)	4	3	2	1
2 Telesaated, telesarjad	4	3	2	1
3 Filmid	4	3	2	1
4 Sport	4	3	2	1
5 Tehnika: arvutid, fotoaparaadid, helitehnika jms	4	3	2	1
6 Vaba aja sisustamise võimalused	4	3	2	1
7 Huvialadega seotud info	4	3	2	1
8 Naljad, huumor	4	3	2	1
9 Lemmikloomad	4	3	2	1

25. Kui sageli kasutad Internetti...

	Sageli, regulaarselt	Mõnikord	Väga harva	Üldse mitte
--	-------------------------	----------	---------------	----------------

1 Raadiosaadete kuulamiseks	4	3	2	1
2 Telesaadete vaatamiseks	4	3	2	1
3 Muusika kuulamiseks	4	3	2	1
4 Ajalehtede-ajakirjade lugemiseks	4	3	2	1

26. Kui sageli Sa Internetis (jututubades, portaalides, meili või MSNi teel)...

	Sageli, regulaarselt	Mõnikord	Väga harva	Mitte kunagi
1 Arutled sõprade või eakaaslastega kooliprobleemide üle	4	3	2	1
2 Küsid või annad nõu ja abi koolitöö tegemiseks	4	3	2	1
3 Küsid või annad nõu suhteprobleemides	4	3	2	1

27. Kas Sa oled Internetis olles ...

	Sageli, regulaarselt	Mõnikord	Väga harva	Mitte kunagi
1 Esitlenud ennast vale nime all	4	3	2	1
2 Esitlenud ennast teise sugupoole esindajana	4	3	2	1
3 Muutnud oma tegelikku vanust	4	3	2	1
4 Muutnud oma tegelikku välimuse kirjeldust	4	3	2	1
5 Rääkinud enda kohta asju, mis ei vasta tõele	4	3	2	1
6 Andnud muud informatsiooni, mis ei vasta tõele	4	3	2	1

28. Kas oled tegelikult elus kohtunud kellegagi, kellega Sa kõigepealt tutvusid Internetis (foorumites, jututubades vm)?

- 1 Jah
- 2 Ei
- 3 Ei, aga tahaksin kohtuda

29. Milliseid internetiportaale Sa kasutad, jälgid? Märki kõik, mida kasutad.

- 1 Rate.ee
- 2 Miksike
- 3 U-pop.ee
- 4 Delfi.ee
- 5 Neti.ee
- 6 Google.com
- 7 mõni muu, näiteks.....

30. Kas Sul on tutvumisportaalil Rate.ee oma profiil?

- 1 Jah
- 2 Ei

31. Kui jah, siis miks Sa otsustasid Rate.ee-s oma profiili luua? Palun märki kõik sobivad vastused.

- 1 Tahtsin leida uusi sõpru/tuttavaid
- 2 Tahtsin leida endale poiss-/tüdruksõpra

- 3 Tahtsin tutvuda inimestega, kel oleksid minuga sarnased huvialad ja hovid
- 4 Lõin profiili, kuna sõpradel oli see juba olemas
- 5 Tahtsin ennast näidata
- 6 Tahtsin kuulda, mida teised minust arvavad
- 7 Tahtsin vaadata, millised inimesed Rate.ee-s käivad
- 8 Tahtsin teistele portaali kasutajatele hindeid anda
- 9 „Kui Sind ei ole *rate*’is, siis Sind ei ole olemas“
- 10 Muu.....

32. Kui Sul ei ole Rate.ee-s oma profiili, siis miks? Palun märgi kõik sobivad vastused.

- 1 Ei ole veel jõudnud teha, kuid teen varsti
- 2 Mind ei huvita sellised portaalid
- 3 Ma ei pea sellisel viisil tutvuste otsimist õigeaks
- 4 Mul on juba piisavalt sõpru/tuttavaid
- 5 Mul on oma poiss-/tüdruksõber
- 6 Muu.....

33. Kes Sind aitab, kui vajad nõu või abi arvutiga / Internetis tegutsemiseks?

	Enamasti	Mõnikord	Mitte kunagi
1 Sõber, koolikaaslane	3	2	1
2 Ema	3	2	1
3 Isa	3	2	1
4 Noorem vend või õde	3	2	1
5 Vanem vend või õde	3	2	1
6 Mõni muu sugulane või tuttav	3	2	1
7 Õpetaja	3	2	1
8 Saan ise hakkama	3	2	1

34. Kellele oled Sina arvutite või Interneti alal nõu andnud, abi osutanud?

	Sageli	Mõnikord	Mitte kunagi
1 Sõber, koolikaaslane	3	2	1
2 Ema	3	2	1
3 Isa	3	2	1
4 Noorem vend või õde	3	2	1
5 Vanem vend või õde	3	2	1
6 Mõni muu sugulane või tuttav	3	2	1
7 Õpetaja	3	2	1

35. Kui oluliseks hindad Internetist hangitud infot koolitöö seisukohast?

- 4 Väga oluline
- 3 Keskmiselt oluline
- 2 Vajalik, kuid saab ka ilma läbi
- 1 Pole üldse oluline

36. Kui on valida, kas minna kinno, vaadata televiisorit või kasutada Interneti, valid sa...

- 1 Kino
- 2 Televiisori
- 3 Interneti

37. Kui satuksid asustamata saarele, mil määral tunneksid puudust...

	Oluliselt	Mitte eriti	Mitte üldse
1 Televiisorist	3	2	1
2 Raadiost	3	2	1
3 Raamatutest	3	2	1
4 Kinost	3	2	1
5 Arvutist	3	2	1
6 Internetist	3	2	1
7 Mobiiltelefonist	3	2	1
8 Sõpradest	3	2	1

38. Kuivõrd sa nõustud järgnevate väidetega?

	Nõustun täielikult	Pigem nõustun	Pigem ei nõustu	Üldse ei nõustu	Ei tea, arvamuse puudub
1 Interneti kaudu võivad teised inimesed mulle ka kahju teha.	5	4	3	2	1
2 On loomulik, et poisid oskavad arvutit kasutada paremini kui tüdrukud.	5	4	3	2	1
3 Internet aitab lastel kiiremini areneda, maailma tundma õppida.	5	4	3	2	1
4 Täiskasvanud ei saa hästi aru, mida lapsed ja noored Internetis teevad.	5	4	3	2	1
5 Arvutite ja Interneti sage kasutamine on tervisele kahjulik.	5	4	3	2	1
6 Maailm on muutumas arvutitest ohtlikult sõltuvaks.	5	4	3	2	1
7 On hea, et Internetis tegutsedes on inimesel võimalik anonüümseks jääda.	5	4	3	2	1
8 Arvutite ja Interneti kasutamist tuleb varakult võimaldada eelkõige poistele.	5	4	3	2	1
9 Internetis suheldes tuleb enda kohta anda teistele võimalikult vähe infot.	5	4	3	2	1
10 Jutud Internetis peituvatest võimalikest ohtudest on üle pakutud.	5	4	3	2	1

39. Mis keelseid kodulehekülgi külastad?

- 1 Eesti
- 2 Vene
- 3 Inglise
- 4 Saksa
- 5 Muu (mis?)

40. Mida ja kui sageli Sa teed Internetis?

	Prakti- liselt iga päev	Kaks- kolm korda nädalas	Kord nädalas või harvem	Üldse mitte
1 Pean oma blogi (ajaveebi)	4	3	2	1
2 Teen oma kodulehekülge	4	3	2	1
3 Laen üles pilte, fotosid	4	3	2	1
4 Laen üles referaate või muid koolitöid	4	3	2	1
5 Laen üles omakirjutatud jutte, luuletusi jne	4	3	2	1
6 Saadan meile	4	3	2	1
7 Saadan e-kaarte	4	3	2	1
8 Saadan SMSe	4	3	2	1
9 Ostan online-poodidest	4	3	2	1
10 Kasutan internetipanka	4	3	2	1
11 Tutvun mind huvitavate kaupade hindadega	4	3	2	1
12 Kasutan otsingumootoreid	4	3	2	1
13 Loen online-kommentaare	4	3	2	1
14 Kirjutan online-kommentaare	4	3	2	1
15 Mängin online-mänge	4	3	2	1
16 Vahetan failijagamisprogrammide abil faile	4	3	2	1
17 Pean e-posti nimistut sõpradele- tuttavatele info jms saatmiseks	4	3	2	1
18 Laen alla mitmesuguseid faile (muusikat, filme, programme)	4	3	2	1
19 Suhtlen jututubades, foorumites	4	3	2	1
20 Tellin mobiiltelefoni helinaid või logosid	4	3	2	1
21 Kasutan internetitelefoni (nt Skype vms)	4	3	2	1

REKLAAM JA KAUBAMÄRGID

41. Kumma väitega igast allpooltoodud väidete paarist Sa nõustud? Vali, palun, iga väitepaari kohta üks, sobivaim variant ja tähista see ringiga.

A	Olen täiesti nõus A-ga	Olen pige m nõus A-ga	Raske öelda	Olen pige m nõus B-ga	Olen täiesti nõus B-ga	B
A. Pean oluliseks, mis mulje minu tarbitavad kaubamärgid teistele jätavad	1	2	3	4	5	B. Minu jaoks ei oma tähtsust, mis mulje minu tarbitavad kaubamärgid teistele jätavad
A. Pean oluliseks, milliseid kaubamärke/brände tarbivad minu sõbrad	1	2	3	4	5	B. Minu jaoks ei oma see tähtsust, milliseid kaubamärke/brände minu sõbrad tarbivad

42. Kas teie klassis on kedagi rõivaste või rõivabrändide pärast halvustatud või narritud?

1 Ei, mitte kedagi pole kunagi narritud

- 2 Jah, mõnda inimest on varem narritud, kuid enam mitte
- 3 Jah, mõnda inimest narritakse pidevalt

43. Kumma väitega igast allpooltoodud väidete paarist Sa nõustud? Vali, palun, iga väitepaari kohta üks, sobivaim variant ja tähista see ringiga.

A	Olen täiesti nõus A-ga	Olen pigem nõus A-ga	Rask e öelda	Olen pigem nõus B-ga	Olen täiesti nõus B-ga	B
A. Lapsed/noored on reklaami ees kaitsetud ja nendega on kerge manipuleerida	1	2	3	4	5	B. Lapsed/noored on nutikad ja mõtlevad iseseisvalt, nendega ei saa manipuleerida
A. Lastele/noortele suunatud reklaam on kahjulik, kasvatab liigset tarbijalikkust	1	2	3	4	5	B. Lastele/noortele suunatud reklaam on kasulik, õpetab lapsi tarbimismaailmas orienteeruma

Suur tänu vastamise eest! ☺

9.3. LISA 3. TEGEVUSTEVAHELISI STATISTILISI SEOSEID

NÄITAVAD KORRELATSIOONITABELID (Pearsoni

korrelatsioonikordajad)

	Pean blogi	Teen oma kodulehekülge	Laen üles pilte	Laen üles koolitöid	Laen üles omakirjutatud jutte/luuletusi	Saadan meile	Saadan e-kaarte
Pean blogi		.341**	.245**	.161**	.277**	.197**	.234**
Teen oma kodulehekülge	.341**		.345**	.160**	.247**	.137**	.207**
Laen üles pilte	.245**	.345**		.261**	.217**	.354**	.277**
Laen üles koolitöid	.161**	.160**	.261**		.292**	.193**	.204**
Laen üles omakirjutatud jutte/luuletusi	.277**	.247**	.217**	.292**		.179**	.306**
Saadan meile	.197**	.137**	.354**	.193**	.179**		.452**
Saadan e-kaarte	.234**	.207**	.277**	.204**	.306**	.452**	
Saadan SMS-e	.225**	.206**	.296**	.136**	.199**	.274**	.398**
Ostan online-poodidest	.274**	.273**	.241**	.147**	.287**	.149**	.333**
Kasutan internetipanka	.121**	.136**	.242**	.173**	.156**	.187**	.177**
Tutvun mind huvitavate kaupade hindadega	.131**	.150**	.205**	.170**	.175**	.185**	.180**
Kasutan otsingumootoreid	.039	-.040	.167**	.119**	.068*	.214**	.100**
Loen online-kommentaare	.187**	.140**	.318**	.132**	.124**	.343**	.229**
Kirjutan online-kommentaare	.235**	.187**	.341**	.117**	.183**	.262**	.235**
Mängin online-mänge	.075*	.139**	.148**	.107**	.083*	.068*	.215**
Vahetan faile	.136**	.195**	.204**	.042	.080*	.133**	.037
Pean e-posti nimistut	.241**	.182**	.374**	.246**	.213**	.437**	.405**
Laen alla mitmesuguseid faile	.134**	.133**	.321**	.096**	.107**	.270**	.117**
Suhtlen jututubades/foorumites	.154**	.169**	.346**	.104**	.130**	.288**	.161**
Tellin mobiiltelefoni helinaid või logosid	.207**	.213**	.322**	.204**	.212**	.251**	.378**
Kasutan internetitelefoni	.151**	.252**	.345**	.166**	.113**	.248**	.270**

	Saadan SMS-e	Ostan online-poodidest	Kasutan internetipanka	Tutvun mind huvitavate kaupade hindadega	Kasutan otsingumootoreid	Loen online-kommentaare	Kirjutan online-kommentaare
Ostan online-poodidest	.291**		.377**	.391**	.126**	.173**	.176**
Kasutan internetipanka	.180**	.377**		.410**	.268**	.265**	.208**
Tutvun mind huvitavate kaupade hindadega	.240**	.391**	.410**		.315**	.345**	.257**
Kasutan otsingumootoreid	.027	.126**	.268**	.315**		.384**	.268**
Loen online-kommentaare	.205**	.173**	.265**	.345**	.384**		.784**
Kirjutan online-kommentaare	.233**	.176**	.208**	.257**	.268**	.784**	
Mängin online-mänge	.188**	.183**	.099**	.139**	.123**	.221**	.304**
Vahetan faile	.148**	.210**	.345**	.322**	.313**	.378**	.358**
Pean e-posti nimistut	.351**	.251**	.204**	.230**	.181**	.326**	.367**
Laen alla mitmesuguseid faile	.203**	.183**	.284**	.330**	.354**	.347**	.317**
Suhtlen jututubades/foorumites	.191**	.131**	.131**	.142**	.156**	.321**	.320**
Tellin mobiiltelefoni helinaid või logosid	.456**	.304**	.154**	.203**	.007	.170**	.209**
Kasutan internetitelefoni	.329**	.259**	.227**	.219**	.167**	.254**	.309**

	Mängin online- mänge	Vahetan faile	Pean e- posti nimistut	Laen alla mitmesuguseid faile	Suhtlen jututubades/foorumites	Tellin mobiiltelefoni helinaid või logosid	Kasutan internetitelefoni
Vahetan faile	.298**		.260**	.537**	.229**	.118**	.322**
Pean e-posti nimistut	.222**	.260**		.299**	.265**	.344**	.359**
Laen alla mitmesuguseid faile	.213**	.537**	.299**		.344**	.226**	.378**
Suhtlen jututubades/foorumites	.223**	.229**	.265**	.344**		.216**	.280**
Tellin mobiiltelefoni helinaid või logosid	.241**	.118**	.344**	.226**	.216**		.323**
Kasutan internetitelefoni	.296**	.322**	.359**	.378**	.280**	.323**	

** - seos on statistiliselt oluline nivool 0,01

* - seos on statistiliselt oluline nivool 0,05